COMO GANAR $50,000 DÓLARES EN REDES SOCIALES

Aprende a ganar 100K seguidores y $50,000 dólares en menos de seis meses con poco dinero



SANTIAGO R. T.

Como ganar $50,000 dólares en redes sociales

Aprende a ganar 100K seguidores y $50,000 dólares en menos de seis meses con poco dinero.

Santiago R. T.

Como ganar $50,000 dólares en redes sociales

Aprende a ganar 100K seguidores y $50,000 dólares en menos de seis meses con poco dinero.

Santiago R. T.



NOTA IMPORTANTE:

“Las redes sociales son acerca de personas, no acerca de tu negocio. Cuida a la gente y la gente cuidara de ti”.

“No se trata de construir un gran ROI, se trata de construir grandes relaciones”.

–Gary Vaynerchuk

Capítulos

Las reglas cambiaron

En la era agraria, la riqueza estaba en las tierras.

En la era industrial, la riqueza estaba en el capital.

En la era digital, la riqueza está en el conocimiento.

El conocimiento es dinero.

Hoy en día no necesitas grandes tierras, grandes sumas de dinero ni nada de lo que era esencial hace 30 años.

Hoy en día no necesitas tiendas físicas, tener stock, producir productos ni gastar grandes cantidades de dinero en publicidad.

El mundo de hoy es tan diferente al de hace 20 años que las grandes empresas tienen un desafío tremendo para mantenerse al paso del cambio.

Blockbuster quebró.

General Motors fue absorbido por el gobierno.

Ford Motors fue rescatado con dinero de los contribuyentes.

Los hoteles del mundo están cerrando sus puertas.

Kodak cerró sus instalaciones.

Las taxis tienen sus días contados.

Los centros comerciales, almacenes y locales de comercio se están convirtiendo en sitios abandonados.

Las aerolíneas están sufriendo financieramente y para seguir siendo solventes recortan su mayor gasto: la nómina de los empleados.

Todas lo que potenció el boom que vivimos durante los últimos 20 años del siglo anterior, está pereciendo y en su lugar están escalando empresas nuevas y frescas que se adaptan al modelo digital del mundo actual.

Netflix surgió con un mejor producto y servicio. Lo más increíble es que Blockbuster pudo adquirir Netflix a precio de remate de garaje. En lugar de eso, se rieron y declinaron la oferta.

Las economías emergentes están robando todos los empleos manufactureros. Las fábricas se mudan a países como China, India y Taiwán. La era industrial es una realidad en oriente, no en occidente.

Airbnb, la cadena hotelera más grande del mundo, no tiene ni un solo hotel. Su modelo de negocio digital está aplastando a los gigantes de su industria que están llenos de edificios de hoteles por todo el mundo.

La fotografía digital volvió obsoleta la fotografía tradicional, eliminando millones de empleos y arruinando empresas que en un momento encabezaban la lista de Forbes.

Uber, la empresa de taxis más rica del mundo, no posee ni un solo taxi. Sin embargo, los carros automáticos de Google que se manejan solos amenazan con volver obsoleto a Uber. ¿Presenciaremos otro episodio como el de BlackBerry? Grandes mentes de Silicon Valley aseguran que en un futuro será ilegal para las personas manejar un automóvil.

Los bienes raíces digitales están desplazando los inmuebles físicos. Amazon, Alibaba, Mercado Libre, OLX, y las demás tiendas virtuales facilitan el comercio para todas las personas. Por una fracción de precio, cualquier persona puede tener su propia tienda virtual y comerciar con todo el mundo las 24 horas del día los 7 días a la semana. Esto nuevamente termina generando masivas pérdidas de empleos.

Skype está facilitando que miles de ejecutivos y empresarios cierren tratos desde sus hogares, sin tener que viajar a distintas partes del mundo a reunirse personalmente. Estos son buenas noticias para estas

personas, pero para las aerolíneas que ven como estas personas dejan de gastar su dinero en tiquetes de avión, son muy malas noticias.

Las reglas cambiaron.

Aquellos que estén esperando que la vieja economía regrese y que las cosas vuelvan a ser como antes, terminaran viviendo en un mundo que ya no existirá más.

Las redes sociales, el internet, las apps y las demás herramientas digitales lo cambiaron todo.

Muchos consideraron la incursión de las redes sociales como una moda pasajera. Consideraban a las redes sociales como un pasatiempo, más que nada para que los jóvenes conectaran con sus amigos. Nunca se pensó que los negocios podrían beneficiarse de ellas y apalancar sus operaciones al máximo.

Todos los que consideraron esto estaban completamente equivocados.

Hoy en día existen más de 2,700 millones de usuarios en internet, y más de 2,000 millones de ellos tienen cuantas activas en varias de las redes sociales más reconocidas de todas.

Las redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube y Twitter han evolucionado hasta convertirse en gigantes del marketing digital, que facilitan el acceso de la información de los clientes a los negocios, les permite comunicarse constantemente con ellos, ofrecerles productos, y todo de forma gratuita.

Ya no es opcional: si tu negocio no está en redes sociales, no existe.

¿Qué le ofrecen las redes sociales a tu negocio? A continuación te mostrare algunas de las razones por las que es obligatorio mudar tu negocio al mundo digital de las redes sociales:

1. Conoce a tus clientes: Las redes sociales generan una cantidad masiva de datos acerca de todas las personas, todos los días, en tiempo real.
   La cantidad de “Me gusta” en Facebook, las fotos y videos que se comparten por Instagram, los Tweets que se publican a diario y los canales de YouTube que existen te dan la oportunidad de conocer más detenidamente a las personas. La información que un negocio puede sacar usando todos estos datos es increíble: qué piensan sus clientes, qué les gusta a sus clientes, quiénes son sus clientes, de donde son sus clientes, qué situación viven sus clientes, etc.
   Toda esta información que almacena un negocio puede ser usada para tomar decisiones más exactas. Estas decisiones te permiten crear productos más acertados, obtener una validación de los productos en tiempo real, ofrecer un mejor servicio con base en los gustos de la audiencia y fidelizar a los clientes para crear una comunidad leal a tu marca. Todo esto, de forma gratuita o casi sin ningún costo.

2. Crea una gran comunidad alrededor de tu marca: Las redes sociales te facilitan tener una fuerte presencia gracias a lo económico que es la pauta y la posibilidad de llegarle a cada vez más personas con menos esfuerzo. Esto hace que sea más fácil que tus clientes te encuentren y se pongan en contacto contigo. Es más fácil retener a tus clientes, fidelizarlos y obtener más beneficios si puedes conectarte con ellos y entablar una relación a través de las redes sociales.
   Estudios recientes han mostrado que las personas son más leales a las marcas que siguen en redes sociales.

3. Crea publicidad para un público segmentado: La facilidad de pago que ofrecen las redes sociales con respecto a los medios tradicionales (televisión, vallas publicitarias y radio) hace que sea una forma barata de promover tu negocio, tu contenido y tu marca.

Estos anuncios tienen muchas opciones que hacen que tu contenido le llegue al público que deseas y así potenciar tu alcance y tus resultados. Puedes segmentar estos anuncios por ubicación, sexo, estatus social, intereses, edad, etc.
Todos estos anuncios puedes administrarlos a través de las diversas herramientas existentes y medir su rendimiento e impacto en tiempo real para modificarlos o cambiarlos de ser necesario.

4. Aumenta la conversión: Las redes sociales permiten que los negocios aumenten sus ventas, su comunidad y la retención de clientes. Casi todas las compañías que usan las redes sociales para vender, aumentan sus ventas en poco tiempo. Es un hecho que irá aumentando con el paso de los años: las personas cada vez están comprando más a través de internet y redes sociales. Aprovecha esta tendencia.

5. Mejora el servicio al cliente: Los clientes de esta nueva era digital esperan respuestas 24 horas al día 7 días a la semana, y si tu negocio no está en la capacidad de cubrir esta necesidad, tus clientes se irán a otro negocio que si los cuiden como quieren.

   Aquellos negocios que interactúan con los clientes por redes sociales, atienden sus solicitudes, quejas, sugerencias y deseos por las mismas, tienen más probabilidades de éxito que los negocios que siguen el modelo tradicional que está limitado por el horario y los medios de comunicación.

6. Aumenta el tráfico del sitio web: Un beneficio enorme de usar las redes sociales para potencializar tu negocio es que te impulsan el tráfico de personas en tu sitio web. A través de las redes sociales, puedes redireccionar a las personas de la comunidad a tu sitio web donde pueden encontrar tus productos o servicios.

7. Mantente al tanto de la competencia: Estar al tanto de la competencia y hacer un monitoreo constante en las redes sociales sirve mucho para obtener información valiosa que se puede usar para tomar decisiones en un futuro. Con base en los resultados de este monitoreo, se puede mejorar las ofertas de productos, servicios, contenido o atención al cliente y ponerse por delante de la competencia.

8. Enamora a tu audiencia con contenido: Con la llegada de las redes sociales, puedes cautivar a tu audiencia brindándole el mejor contenido, tanto de valor como comercial, con simplemente oprimir un botón.

9. Construye relaciones duraderas: Las redes sociales te permiten ir más allá que simplemente vender o comunicar algo. Puedes establecer relaciones, comunicarte, compartir puntos de vista y transmitir emociones a tu comunidad digital.

   Las redes sociales te permiten crear relaciones con tus clientes antes, durante y después de la compra. El modelo de publicidad y de mercadeo tradicional no puede alcanzar ese tipo de dialogo entre negocios y clientes.

Espero que estas razones te hayan convencido lo suficiente como para implementar el modelo digital en tu negocio.

Con la información que aprenderás en este manual, conocerás estrategias para volverte un gran influenciador y hacer crecer tu comunidad hasta convertirla en una marca reconocida en el mundo digital.

PARTE 1

Como comenzar

"No es cuestión de lo que sabes producir, sino de qué historias sabes contar". –Seth Godin.

En esta parte te mostrare los primeros pasos que debes dar para comenzar a crear una marca reconocida en redes sociales y lo que debes hacer para convertirte en un gran influenciador del mundo digital.

Este libro no está pensado para llenarte de teorías y opiniones aburridas, sino para ser una guía de acción paso a paso que puedas seguir de principio a fin e implementar en el mundo real con éxito.

Podría escribir 300 páginas de este tema, pero te aburriría y quedarías abrumado.

Este será un compendio breve de todo lo que necesitas saber, los pasos que debes tomar y las acciones que debes seguir para tener éxito y crear una gran comunidad digital que puedas monetizar.

Este es el mismo recorrido que yo seguí para crear mis cuentas en Instagram, Facebook, Twitter y Snapchat y convertir mis cuentas en marcas reconocidas en el mundo digital, y de esta forma, volverme un influenciador en temas de inversión y educación financiera.

Todo esto se consiguió con menos de $300 dolares.

Solo necesitas los conocimientos que adquirirás aquí y la disciplina para ponerlos en marcha.

Estos conocimientos son los que me ayudaron a crear dos cuentas (@Sociedadecaballeros & @ComoJugarMonopolio), a crear una

comunidad segmentada de personas listas para comprar mis productos y a contar con más de 5,000 clientes gracias a la campaña de marketing digital que detallaremos a lo largo del libro.

En la fecha en la que estoy escribiendo esto, ambas cuentas suman más de 110,000 seguidores en todas las redes sociales, con solo $300 dolares de inversión y en menos de 5 meses de inauguración de la primera (@Sociedadecaballeros) y 1 mes de la segunda (@ComoJugarMonopolio).

No son cuentas muy grandes ni facturan mucho dinero comparadas con otras, pero no caen mal unos $10,000 dolares extra al mes por concepto de ventas digitales, ¿verdad? Además, si tomas en cuenta el esfuerzo que se hace para generar estas ventas una vez que ya tienes la audiencia y la atención de la misma, veras que es casi dinero a cambio de nada.

Pensándolo bien, si es dinero a cambio de nada. Al menos nada de trabajo físico, como el de la mayoría de la gente.

No te cuento todo esto para presumir ni para darme unas palmaditas en la espalda, sino más bien, para derrumbar algunos mitos de que “necesitas mucho dinero” o “hace falta mucho tiempo para conseguir muchos seguidores”.

Como quiero mostrarte con los ejemplos de mis cuentas y mi experiencia personal, eso es falso. Puedo asegurarte que me demore más ganando los primeros 10,000 seguidores (3 meses), que los siguientes 100,000 (2 meses). Todo gracias a las estrategias que trataremos en este libro.

No siendo más, déjame mostrarte cómo puedes comenzar a dejar tu huella en las redes sociales.

Acompáñame en este viaje, donde al finalizar, tendrás todo lo necesario para ser un gran influenciador que sabe ganar ingresos pasivos.

Capítulo 1
Enfoque

"Si no te equivocas a cada paso que das, significa que no estás haciendo nada innovador". –Woody Allen

Lo primero que tienes que hacer es definir tus metas.

Esto no solo aplica para redes sociales, sino para todo en la vida.

De ahora en adelante, cada vez que quieras algo, toma una hoja de papel, escríbelo como un hecho y pon la fecha límite.

¡Deja de decir que deseas algo y comienza a decretar que será tuyo!

A continuación, te mostrare las metas de una de mis cuentas con respecto a los seguidores que iba a obtener en un periodo de tiempo:

Seguidores	Fecha limite	Fecha alcanzada
10.000	Enero 25	Enero 20
20.000	Marzo 25	Febrero 19
30.000	Marzo 25	Marzo 17
40.000	Abril 17	Abril 12
50.000	Mayo 12	Mayo 10
60.000	Junio 8	Junio 6
70.000	Junio 19	Junio 11
80.000	Junio 30	Junio 21
90.000	Julio 31	Julio 30

Lo más importante de establecer metas, cualquier tipo de metas, es que te mantiene comprometido con tu objetivo.

Si no le haces seguimiento a tus metas, no son objetivos: son sueños vacíos, como el de la mayoría de las personas.

No seas jamás como la mayoría.

Comienza a considerar el éxito como una obligación, no como una opción. Esto no solo aplica para tu marca en redes sociales, sino para cualquier aspecto de tu vida.

Si consideras el éxito como una obligación en lugar de una opción en todas las áreas de tu vida, tendrás una vida exitosa. Punto. Eso es todo. La mayoría no lo logra porque no se compromete con sus metas, o inventa excusas cuando las cosas se ponen difíciles o no salen como esperaba.

El éxito es una obligación. Si fallas, la culpa es tuya. No del gobierno, no de tus padres, no de la persona que te robo todo, no del banco, no de tu esposa, no de tus hijos, no de la economía… de nadie. Solo puede ser tu culpa porque es tu vida.

Comprométete 100%. 99% es lo mismo que nada. Es 100% o no lo hagas.

Comienzo hablando del compromiso ya que sin este fracasaras.

Créeme, no es fácil comenzar en redes sociales, con 0 seguidores mientras ves a cuentas con millones.

No es fácil tener que darle “Me gusta” a la publicación que montaste solo para que alcance los 10 me gusta y salga el número en lugar del nombre de las personas.

No es fácil cuando nadie reacciona a tus publicaciones ni te deja comentarios.

No es fácil cuando nadie tiene la menor idea de quién eres.

Necesitas compromiso, determinación y confianza en que tendrás éxito. Sin ese enfoque, fracasaras.

Tiene que ser una obsesión. Si no estás obsesionado con tu marca, con tu audiencia, con tu contenido y con los productos que ofreces, fracasaras. Serás una más del montón.

Yo estaba y estoy obsesionado con los productos que ofrezco. Pienso siento y estoy seguro de que son los mejores del mercado. Nadie te enseñara sobre bienes raíces como nuestra marca lo hará. Nadie te enseñara a invertir como nuestra marca lo hará. Nadie te enseñara educación financiera como nuestra marca lo hará. Nadie te enseñara sobre el dinero como nuestra marca lo hará. Nadie te enseñara sobre las ventas en digital como nuestra marca lo hará. Es una obsesión y lo ha sido desde el primer día. Es una obsesión todos los días por subir el mejor contenido, por crear los mejores productos y por pensar en cómo llegarle a la mayor cantidad de personas posibles. Estoy seguro que mis productos son tan buenos que me siento mal por todas las personas que no los han adquirido.

Esa es la obsesión que necesito que comiences a adquirir de ahora en adelante. Te lo repetiré otra vez:

Obsesión con tu público.

Obsesión con tu contenido.

Obsesión con tus productos.

Obsesión por ser único.

Obsesión por ser original.

Créeme: solo gana aquel que está obsesionado. No te imaginas la cantidad de cuentas que tienen el triple de seguidores que nosotros, pero simplemente las personas las perciben como una más del montón, con contenido mediocre y monótono, publico aburrido y productos mediocres si es que acaso los tienen. No te imaginas la cantidad de personas con cuentas de más de 300,000 seguidores que no saben cómo monetizarlas.

Son personas que no están obsesionadas. Son personas del montón. No seas jamás del montón. Todas tus acciones deben estar orientadas a destacarte de la mayoría, tener tu propia voz y captar la atención de todo el mundo.

Vuélvete un insensato cuando hables de tus productos, tus marcas en redes sociales, tu contenido y tu audiencia. Destaca siempre lo original que es tu marca y como no existe nada parecido.

Confía en mí: las personas te recordaran. ¿Y a quien crees que le compraran? ¿A una cuenta que apenas conocen o que saben que su contenido es mediocre? ¿O a una cuenta original, con contenido increíble y que siempre que puede se muestra como única y original?

Creo que ya sabes la respuesta.

Al dejar claro la importancia de las metas, es momento de que tomes un papel y las dejes por escrito. Recuerda que deben tener una fecha de vencimiento para que sean reales y sepas si fracasaste o tuviste éxito.

Responde lo siguiente: ¿Qué quieres lograr a través de Instagram? Lo más seguro es que busques conseguir alguno de los siguientes ítems:

-Crear conciencia de marca al compartir tu contenido.

-Crear una comunidad numerosa.

-Conseguir nuevos clientes.

-Contactar con clientes actuales.

-Incrementar el tráfico a tu sitio web.

-Fidelizar los clientes.

Define qué es lo que más le conviene a tu marca y enfócate en eso. Si eres como yo y buscas empezar una marca de cero a través de las redes sociales, entonces casi que todo lo mencionado anteriormente debe ser una prioridad en tu agenda.

Las metas van cambiando a medida que vas creciendo, y si vas a empezar una marca desde cero, las metas más importantes que debes tener en cuenta son: Crear conciencia de marca al compartir tu contenido y crear una comunidad numerosa.

Al principio, lo más importante será el contenido. El contenido te traerá la comunidad numerosa que buscas.

Una vez que hayas definido tus metas, lo siguiente a hacer será encontrar el tema de tu cuenta o marca.

Un error común que cometen los amateurs es que no tienen un tema bien definido. Sin un tema bien definido, será casi imposible diferenciarse a largo plazo y crear conciencia de marca.

Si todo lo que publicas y compartes por redes sociales son frases vacías, que no resaltan los valores y las creencias que quieres destacar, estarás cocinando la receta perfecta para el desastre ya que no lograras destacar de la multitud de cuentas que siguen el mismo camino.

Encuentra un tema que se ajuste a ti. Encuentra unos valores que se ajusten a tu marca. Encuentra lo que te apasionaría compartir y luego compártelo. Encuentra las creencias que quieres defender y luego defiéndelas en tus redes sociales sin importar que opinen los demás.

Con seguridad encontraras miles y miles de personas con opiniones afines a las tuyas y las de tu marca.

Simplemente comparte tu verdad.

Yo no trato de temas de educación financiera, bienes raíces, emprendimiento e inversión porque crea que esos temas son “populares”.

Yo comparto contenido, información y educación sobre esos temas porque son mi verdad.

Tampoco lo hago por el número de “Me gusta”, las publicaciones compartidas o los comentarios que recibo. Eso va en segundo plano. Lo primero es que estoy siendo fiel a mi marca, a mis creencias y a los valores de libertad, riqueza, abundancia e independencia que defiendo.

Al serle fiel a estos factores, sé que encontrare millones de personas que piensan igual y que se alegran que por fin sus sentimientos y pensamientos tengan una voz que se exprese a través de ellos.

Sé que si soy fiel a esto conseguiré millones de clientes que estén desesperados por los productos y servicios únicos que tengo para ofrecerles.

Haz lo mismo. Se fiel a lo que representas, a lo que representa tu marca y las personas afines a ti llegaran, te alabaran, te compraran y te recomendaran. Es una promesa.

No trates de hacer de todo en un principio. Enfócate. Buscamos es que tus seguidores te conozcan, sepan quién eres, que es lo que haces y como lo haces.

Si no sabes que tema tratar o cual será la identidad de tu marca, sigue buscando.

Si te gusta viajar, enfócate en los viajes.

Si te gusta el arte, enfócate en el arte.

Si te gusta el yoga, enfócate en el yoga.

Si te gustan los deportes, enfócate en los deportes.

Si te gusta el periodismo, enfócate en las noticias.

Si te gusta la música, enfócate en la música.

Si te gustan los autos, enfócate en los autos.

Si te gusta la cerveza, enfócate en la cerveza (no es broma).

Si te gusta el Real Madrid, enfócate en el Real Madrid (si es broma).

La idea es que crees una marca alrededor de lo que amas.

Esto es lo más importante porque si no sabes que representas, no generaras una conciencia de marca y las personas simplemente no se acordaran de ti. Si no se acuerdan de ti, es casi imposible que alguien te compre algo.

Las personas le compran a personas o negocios que conocen. Jamás le compran a un desconocido, y menos por internet. Grábate eso.

Encuentra algo que ames, crea una marca en redes sociales alrededor de eso, contacta con tu público objetivo, ofrécele un contenido único y original y luego véndeles algo relacionado que necesiten desesperadamente.

Es muy similar a juntar a unas personas con unos intereses similares en una sala, y crearles una necesidad. Una vez esa necesidad esté creada (a través de tu contenido), les traes la solución a todos sus problemas.

¿Existe algo más sencillo?

RESUMEN DEL CAPITULO

-Lo primero que tienes que hacer es definir tus metas.

-Considera el éxito como una obligación.

-Obsesiónate con tu público, tu contenido y tus productos.

-Define qué es lo que más le conviene a tu marca y enfócate en eso.

-Encuentra el tema de tu cuenta o marca.

-Encuentra lo que te apasionaría compartir y luego compártelo.

-Se fiel a lo que representas.

-Si las personas no saben quién eres y que representas, no generaras una conciencia de marca y jamás venderás nada.

Capítulo 2
Viralizate

"Lo que la gente dice de ti será la métrica más importante en el futuro".

–Shiv Singh

Tienes que tener presencia en la mayor cantidad de redes sociales posibles.

No es una sugerencia.

Un error que cometí fue empezar solamente con Instagram.

Si bien es bueno enfocarse, en lo que se refiere a redes sociales necesitas comenzar con la mayor cantidad posible de presencia en todas las redes ya que de esta forma toda tu audiencia va a tender a seguirte en todas ellas. Para nosotros fue y ha sido más difícil pasar toda esa audiencia que tenemos en Instagram, a Snapchat, Facebook y Twitter.

A continuación te explicare cómo funcionan algunas de las redes sociales que te recomiendo que utilices desde el primer día y las mayores ventajas de utilizarlas para las empresas.

Facebook: Es la madre de las redes sociales. Tiene la mayor cantidad de usuarios activos en el mundo.

Facebook es una de las mejores herramientas que proporciona el marketing digital para las empresas. Cuenta con una gran cantidad de posibilidades en cuanto a las formas de comunicación con clientes actuales y potenciales y a la gestión de la misma.

A continuación te mostrare los mayores beneficios que obtendrá tu negocio si decides incursionar en Facebook:

1. Reconocimiento de marca: Facebook te permitirá gestionar tu marca y darla a conocer a la mayor cantidad de personas posibles. Incursionando en la red social más grande del mundo, tendrás una presencia importante en internet y cada vez más personas podrán conocerte y ser parte de tu comunidad.
2. Comunicación continua: Puedes comunicarte siempre que desees con tus clientes actuales o llegarle a clientes potenciales. Puedes mejorar la experiencia de las personas teniendo una atención al cliente más transparente y continuo usando la comunicación que Facebook permite las 24 horas del día. Puedes publicar contenido de valor, anuncios comerciales o escribir a través de mensajes privados y tener feedback de inmediato.
3. Cuidar la reputación: Las quejas y las críticas podrán ser detectadas y tratadas con mayor rapidez y prevenir así posibles ataques a tu marca y daños considerables a la reputación. Atendiendo adecuadamente un comentario negativo, en el menor tiempo posible, puede hablar muy bien de tu marca y ser percibida como un negocio serio que se interesa genuinamente por las personas de la comunidad.

4. Aumentar el tráfico al sitio web: Las redes sociales cada vez tienen un mayor impacto como fuentes de generación de tráfico al sitio web de cualquier empresa o marca. Al tener el enlace de tu sitio web en la cuenta de Facebook, puedes aumentar considerablemente las visitas, y con estas, tus ventas.
5. Comunicación personalizada: Facebook te permite segmentar el mensaje que quieres transmitir según el público al que le quieras llegar. Así tu mensaje tendrá un mayor impacto y una mejor respuesta. Si tu mensaje va dirigido a personas menores de 18 años, sabes que debe estar escrito en un lenguaje informal y fresco. Aplicando esto tu comunicación será más eficiente.
6. Conocer a tu audiencia: Facebook te permite saber que le gusta a tu audiencia y que no le gusta. Te dará la oportunidad de ganarte su confianza y mostrarle todo lo que tienes para dar.
7. Conexión emocional: Publicando un contenido con el que tu público se identifique, generaras una conexión entre tu audiencia y tu marca. Esta relación hará que cada vez más personas quieran ser clientes tuyos y conocer más a fondo todo lo que tienes para ofrecer.

Twitter: Esta red social se caracteriza principalmente por ser más que nada informativa y breve en sus mensajes. Es una red social muy poderosa a tener en cuenta en nuestra estrategia ya que ha crecido mucho en los últimos años.

A continuación te mostrare todo lo que tu negocio obtendrá gracias a la integración de Twitter en tu plan digital.

1. Branding: Esta red te da la oportunidad para darte a conocer, exponer tus productos y servicios y construir tu marca.
2. Gestión de marca: Conocer que se dice sobre tu marca, tus productos, tus servicios y poder dar una respuesta rápida y efectiva a cualquier comentario es una gran ventaja que te ofrece

Twitter. También puedes mantenerte al tanto de lo que sucede en tu sector y de los movimientos de la competencia.

3. Atención al cliente: Puedes atender quejas, recibir sugerencias o tramitar pedidos las 24 horas al día. Puedes responder a comentarios de los clientes, fidelizar a los existentes y captar nuevos clientes. Con una intensa gestión se pueden obtener resultados increíbles y mejorar la comunicación con los clientes.
4. Alcance: Puedes crecer cada vez más conectando con personas con intereses afines a tu marca o empresa.
5. Generar networking: Puedes contactar con influenciadores y establecer un mutuo acuerdo donde ellos pueden ayudarte a viralizar tus mensajes y llegarle a más personas con intereses afines.
6. Trato especial: Puedes darle un trato especial a tu público en Twitter ofreciéndole “promociones de última hora”, donde premies su fidelidad por seguirte en redes sociales dándoles un descuento único para ellos. Así les estarás dando un valor añadido por seguirte.

Instagram: Es la red social favorita de las marcas en Latinoamérica. En 2017, la red social que compro Facebook logra alcanzar un promedio de 136,000 seguidores por marca. Solo esto es un motivo suficiente para obsesionarse con Instagram.

Desde mi punto de vista, Instagram es la mejor red social de todas. Es muy atractiva, intuitiva y te permite publicar tu contenido en sincronía con Facebook y Twitter. En la actualidad cuenta con casi 800 millones de usuarios registrados.

“Una imagen vale más que mil palabras”. Esta es la mayor ventaja que posee Instagram sobre las demás redes sociales. Como su contenido es principalmente visual, es 60 veces más participativa que Facebook y se espera que se duplique su crecimiento en los próximos años. Es muy

importante estar bien posicionado para cuando alcance su auge máximo.

Esta red social te permite crear un vínculo emocional gracias a que el contenido es visual. Mucho más grande al que se obtiene con un simple texto.

Estamos en una época “visual”, por lo que la marca que m ejor contenido logre compartir en Instagram tomara la delantera y creara una comunidad leal a sus productos y servicios.

A continuación te mostrare algunas otras ventajas únicas que te ofrece Instagram para tu negocio.

1. Posicionamiento: Los consumidores asociaran las imágenes que les compartas con tu negocio y serás más recordado.
2. Visibilidad: Tendrás mas alcance debido al contenido grafico de alta calidad que publiques. Las personas recuerdan más una imagen que un texto.
3. Geolocalización: A través de esta etiqueta que puedes usar en tus publicaciones podrás llegarle más fácilmente a tu público objetivo.
4. Fidelización: Podrás centrarte en crear contenido que resalte las emociones que buscan tus seguidores.
5. Creatividad: En Instagram, la cuenta con más creatividad gana. Punto. Si no resaltas usando toda la creatividad que puedas, serás por siempre alguien más del montón.
6. Ventas: Podrás compartir con tus seguidores los productos o servicios que tienes para ofrecerles y darles un trato personalizado.

Debes configurar obligatoriamente tu cuenta en Instagram para tenerla con el perfil empresarial. De esta forma, podrás acceder a muchas más funciones y estadísticas que vas a necesitar para gestionar exitosamente tus campañas y el comportamiento de la comunidad.

YouTube: Si piensas que YouTube solo sirve para ver caídas graciosas de gente borracha, o videos de mascotas bailando, estas equivocado. ¡Y mucho!

YouTube es muchísimo más que eso. Un canal de YouTube para empresas puede ayudar significativamente tu negocio. Muchas empresas reconocidas mundialmente están utilizando esta red social para aumentar el tráfico de su sitio web y comunicarse más frecuentemente con su audiencia.

Contar con un canal de YouTube y subir videos novedosos atraerá una multitud de visitas que querrán saber más de ti y tu marca y comenzaran a visitar tu sitio web y a conocer más tus productos y servicios.

Lo más importante es que una cuenta de YouTube puede servirte para diferenciarte de los demás. Si me pusieras a escoger, Instagram y YouTube serían las redes sociales más valiosas ya que te permiten ser increíblemente creativo. Como te dije antes, el contenido visual es mucho mejor que un simple texto y puede generar que te recuerden por mucho tiempo si logras despertar las emociones de tu público.

Snapchat: Esta red social te permite enviar fotos y videos a tus contactos. La modalidad de estos es que se borran al poco tiempo de visualizarse.

Una pequeña empresa, un negocio dirigido a un segmento reducido y específico del mercado o una determinada clase social pueden llegar a interesarse o tener la necesidad de complementar su estrategia con algo más, por lo que implementar Snapchat impactara su campaña digital.

Una gran ventaja de Snapchat es que no te quita mucho tiempo. No necesitas crear un contenido muy elaborado, y puedes generar un impacto gigante en cuestión de minutos.

Snapchat fue pensada para generar un contacto casual e informal. Un negocio debe usar esta red social para crear un vínculo más estrecho con sus clientes y mostrar una faceta más íntima de la marca o empresa. El contenido debe transmitir emociones y compartir pensamientos personales.

Es una red única en el mundo, e implementarla hará que tu audiencia te perciba como alguien totalmente diferente y original que busca construir una relación estrecha con todo su público.

Existen muchas otras redes sociales que puedes implementar. Quise mostrarte estas porque son las que considero como más importantes.

Debes hacerte viral. Trabaja todas las redes sociales desde el primer día. Sea lo que sea que consideres necesario para alcanzar el éxito, haz más. Mucho más. Yo consideraba que con solo usar Instagram tendría éxito. Si bien he tenido algo de éxito, la verdad es que hubiera tenido 10 veces más éxito si hubiera implementado todas las redes sociales desde el principio.

Si pudiera comenzar de nuevo, pensaría 10 veces más grande.

No cometas mi error. Piensa en grande desde el principio. Tomate tu tiempo y vuélvete viral en todas las redes sociales. Crea el mejor contenido y no te preocupes por el tamaño de tu comunidad al principio. La paciencia y la disciplina son las cosas más importantes que puedes tener cuando estés comenzando en el mundo digital.

En un mundo que cambia tan rápidamente y que esta sobrecargado de información, anuncios y pequeños negocios, la única forma de asegurar tu supervivencia y éxito empresarial es haciendo 10 veces más que el promedio. Si haces eso, no existe manera de que no tengas éxito.

Comienza hoy. Veras los resultados un día antes que si comienzas mañana.

RESUMEN DEL CAPITULO

-Facebook es la madre de las redes sociales. Si no tienes una cuenta ahí, tu marca no existe.

-Twitter es una red social informativa con un crecimiento asombroso en el último tiempo. Impleméntala para comunicar lo que representa tu marca.

-Instagram es la red social favorita en Latinoamérica. Puedes subir contenido desde Instagram y montarlo al mismo tiempo en Twitter y Facebook. Es obligatorio usarla debido a su contenido que te da la oportunidad de crear una conexión emocional. Recuerda: "Una imagen vale más que mil palabras".

-YouTube hará que te diferencies de los demás y te ayudara a seguir fortaleciendo ese vínculo emocional entre tu público y la marca. Deja de usarlo solo para ver caídas chistosas y comienza a implementarlo como una herramienta fuerte en tu campaña de medios digitales.

-Snapchat te permitirá crear una relación más estrecha con tu audiencia gracias a su contenido casual e informal. No dudes en implementarla: no te quita nada de tiempo y no necesitas crear un contenido muy elaborado.

-Trabaja todas las redes sociales en sincronía desde el primer día.

-Vuélvete viral. Asegúrate que todos te conozcan. Lo peor que le puede suceder a un negocio no es la sobre-exposición, sino el olvido total.

-Haz 10 veces más de lo que consideres necesario para tener éxito.

Capítulo 3
Perfil

"Las redes sociales ya no son sobre sitios webs, tratan de experiencias".

–Mike DiLorenzo

¿Alguna vez te has llevado una mala primera impresión de una persona?

Tal vez por la forma en que lucía para la ocasión, por la forma en que se comportaba o tal vez porque no te miro a los ojos al saludarte.

Todos sabemos que una mala primera impresión es muy difícil de recuperar.

Puede terminar costándote tu empleo, un negocio, la oportunidad de salir con un hombre o una mujer, o la posibilidad de conocer a alguien que te parecía interesante.

Sucede lo mismo con las redes sociales.

La forma en la que organices tu perfil, la información que des, la imagen que selecciones y el contenido que tengas son como tu carta de presentación.

Si no causas una primera impresión favorable, no conseguirás seguidores.

Si no consigues seguidores, no tendrás clientes.

Si no tienes clientes, no generaras ventas.

Si no generas ventas, no ganaras dinero.

Si no ganas dinero, tu negocio desaparecerá.

¡Así de importante es causar una buena primera impresión!

Puede terminar siendo un factor decisivo, especialmente en un mundo tan saturado de información, cuentas y negocios que existen en las redes sociales.

A continuación te mostrare la estructura del perfil que debes tener en redes sociales:

<u>Nombre:</u> Debe ser fácil de aprender, original, relacionado con el contenido, que no se cambie, e igual en todas las redes sociales.

Como ves, @Sociedadecaballeros no es un nombre fácil de aprender y no está relacionado con el contenido de la cuenta. ¿Por qué lo elegimos? Porque en un principio íbamos a vender ropa para caballeros. Con el tiempo nuestro objetivo cambio debido al contenido que subíamos y nos dedicamos a ayudar a las personas y darles la mejor educación financiera de sus vidas.

Si bien lo logramos, el nombre no ayudo en un principio. La única razón por la que tuvimos éxito a pesar de ese nombre es que teníamos una imagen de perfil muy original y nuestro contenido era increíble. Si ves

nuestro contenido, puedes concluir que no existe nada parecido en Instagram.

Yo diría que 90% del éxito se debió a nuestro contenido. No existe otra explicación.

Cuando creamos la cuenta @ComoJugarMonopolio, corregimos el error del nombre y cumplimos con todos los requisitos que te presente anteriormente. Era un nombre totalmente original, fácil de recordar y relacionado con el contenido. No fue solo una fachada: se correspondió de tal forma con el contenido y genero un vínculo tan grande con la gente que obtuvimos casi 30,000 seguidores en un mes.

Fue un éxito. En todos los sentidos.

Piensa muy bien el nombre que vas a elegir. Si bien un nombre casi nunca será motivo de fracaso (toma como ejemplo @Sociedadecaballeros), lo mejor es que elijas el mejor nombre posible para tu marca (toma como ejemplo @ComoJugarMonopolio).

<u>Imagen:</u> Debe ser directa, sencilla, clara, relacionada con el tema de la página, llamativa e igual en todas las redes sociales.

En este punto también aplica lo que mencionamos anteriormente: "Una imagen vale más que mil palabras".

La imagen que selecciones hablara de ti mucho antes de que digas siquiera una sola palabra.

Al tiempo que comenzamos @Sociedadecaballeros, aparecieron "por casualidad" tres o cuatro cuentas donde utilizaban una imagen igual a la nuestra con una resolución más pobre. Nos estaban copiando.

También muchos seguidores comenzaron a escribirnos pidiéndonos que les enviáramos la imagen.

Todo esto sucede cuando seleccionas una imagen original. Al hacerlo te estas asegurando algo muy importante: se acordaran de ti. Siempre.

En @ComoJugarMonopolio sucedió algo similar. Como implementamos una imagen original que es muy reconocida a nivel mundial, todas las personas se hacían a la idea de lo que trataba nuestra marca antes de que ingresaran a ver nuestro perfil.

Esto facilitaba la obtención de seguidores y el alcance que lograba la cuenta. Es más fácil volverse viral cuando todas las personas sienten curiosidad por entrar a tu perfil debido a la imagen que ven.

Descripción: Debe ser un diseño atractivo donde se resuma en pocas palabras lo que trata la marca y lo que representa. Debe contener así mismo una información de contacto (teléfono móvil, correo electrónico, dirección, etc.)

Las personas que ingresen a tu cuenta en redes sociales deben saber de inmediato de que trata y que puedes ofrecerles. Si no encuentran esta información fácil y rápidamente, se confundirán y abandonaran el sitio. Debes darles una descripción que los cautive para que los puedas retener lo suficiente como para que se decidan por seguirte y pertenecer a tu comunidad digital.

Enlaces: Si tienes un sitio web donde compartes blogs, información adicional, tienda virtual o tienes un canal de YouTube, pon el link para que las personas puedan ingresar y conocer más de tu marca o adquirir productos que vendas.

Así se ven nuestras marcas en Instagram en la actualidad:

@ComoJugarMonopolio:



@Sociedadecaballeros:



A continuación, te daré algunos consejos para que logres estructurar un perfil cautivador:

1. No incluyas palabras muy técnicas: Intenta siempre que sea posible incluir palabras comunes que entiendan todas las personas en general. Depende de lo que haga tu negocio, puede ser muy difícil no incluir palabras “complicadas” (en el caso de un negocio de softwares por ejemplo), sin embargo, la simpleza es clave para que las personas sepan fácilmente que representas.
2. Incluye palabras clave: Las palabras clave te ayudaran mucho a que los motores de búsqueda como Google faciliten tu ubicación y las personas puedan encontrarte más fácilmente. Averigua cuales son las palabras clave más utilizadas en tu sector y utilízalas. La idea es que aparezcas en los tres primeros lugares de la primera página de Google. Un chiste que se cuentan las personas expertas en prácticas SEO y marketing digital es el siguiente: “¿Dónde es el mejor lugar para esconder un cadáver? En la segunda página de resultados de Google. Nadie busca nada ahí”.
   Si no quieres esconderte como un cadáver, usa palabras clave.
3. Añade un eslogan o una frase: Busca una frase que resuma tus valores y considera incluirla en tu perfil. Es una herramienta muy poderosa ya que conecta directamente con las emociones de las personas y aumenta tu reputación. Asegúrate compartirlo en un lugar donde se vea estético y sácale el máximo provecho siendo creativo.
4. Se coherente en todas tus redes sociales: Asegúrate de tener el mismo perfil en todas las redes sociales, de publicar el mismo contenido y a la misma hora. Por supuesto, esto no aplica para YouTube y Snapchat siempre ya que el contenido de estas redes sociales es diferente. Pero siempre se debe mantener la misma identidad de marca en la medida de lo posible en todas las redes sociales.

Recuerda: Se trata de crear una marca, no de ser una cuenta más del montón.

No es fácil tener un perfil increíble con pocas palabras y una imagen original, pero tampoco es imposible.

Sigue estos consejos al pie de la letra y cautiva a todas las personas que ojeen tus cuentas en redes sociales.

En temas de impresionar y seducir al público, la primera impresión no es lo más importante…

Es lo único importante.

RESUMEN DEL CAPITULO

-Una mala primera impresión es muy difícil de recuperar.

-La forma en la que organices tu perfil será tu carta de presentación.

-Tu nombre debe ser original y fácil de recordar.

-La imagen debe ser llamativa y cautivadora.

-Resume en pocas palabras lo que representa tu marca.

-Aumenta el tráfico de tu sitio web o canal de YouTube poniendo el link en tu perfil para que las personas ingresen.

Capítulo 4
Target

"Las redes sociales eliminan al intermediario, proveyendo a las marcas la oportunidad única de tener una relación directa con sus clientes".

–Bryan Weiner"

Si todas las personas son tu público, entonces no tienes público.

¿Acaso todas las personas son iguales? ¿Todos tienen los mismos gustos? ¿A todas las personas les gusta lo mismo? ¿Todos pensamos igual? ¿Todos tenemos los mismos sueños? ¿Todos tenemos las mismas pasiones? ¿Todos nos preocupamos por lo mismo?

¡Por supuesto que no!

Necesitas identificar quien es tu público, que quiere, que le preocupa, que le apasiona, que problemas tiene, como puedes ayudarle a solucionar esos problemas, como le gustaría que le presentaras la solución a esos problemas, que lo puede hacer sentirse conectado emocionalmente contigo, y como le gustaría que manejaras la relación para que perdurara en el tiempo.

A continuación te mostrare lo que debes tener en cuenta para segmentar exitosamente tu público y reconocer a tu target:

1. Sexo: Ya sea que tu marca se enfoque más en hombres, mujeres o en ambos, debes tener esto en cuenta ya que las mujeres y los hombres no perciben de la misma forma un mensaje. No le puedes hablar de la misma forma a un hombre que a una mujer. Si bien comparten valores y preocupaciones similares, sus diferencias en algunos aspectos están muy marcadas y necesitan un trato especial.
2. Edad: La idea es que segmentes a tu público con los siguientes rangos de edades:
   13 a 17 años/18 a 24 años/25 a 34 años/35 a 44 años/ más de 45 años.
   No es lo mismo hablarle a alguien de 18 años que a alguien de 45. El dialogo con alguien de 18 años por lo general es más casual e informal, y a esta persona le preocupan cosas muy diferentes de las que le preocupan a una persona de 45 años.
3. Ubicación: Si vas a vender ropa para la playa, tal vez te interesaría saber si tu público vive en Cartagena o en Bogotá. Si la mayoría de tu público vive en Bogotá, tal vez no te vaya tan bien como crees. Incluso si la ropa que vendes es increíble, si se la vendes a personas que no la necesitan por la ubicación donde viven, entonces fracasaras. Aunque no te dejes engañar y reconoce que quizás aun viviendo en Bogotá muchas personas viajan a menudo a lugares más calurosos por lo que estos productos les servirían mucho. Tomate tu tiempo y haz bien tu tarea de investigarlo todo.
4. Intereses: Conocer el comportamiento de los clientes, sus pasiones y gustos es clave para saber que necesitan. De esta forma el contenido que publiques estará orientado a los intereses de las personas y tendrá un mayor impacto.
5. Idioma: Sobra decir que tu público objetivo debe hablar el mismo idioma de tu marca. Si tus seguidores no manejan el idioma del contenido que publicas, no lograras nada.

Más que segmentar, necesitas hacer varios perfiles de quienes son tus clientes para así conocerlos íntimamente.

Te pondré por ejemplo lo que hicimos en nuestras cuentas en redes sociales para conocer más a las personas y tener un mayor impacto en la vida de las mismas al poder ofrecerles un producto único y una atención personalizada.

Identificamos 3 tipos de personas:

1. A la primera la llamaremos María.

   María tiene entre 18 y 20 años, no está segura de sí ir o no a la universidad y está buscando una educación diferente a la que ofrecen los sistemas educativos tradicionales.

   María busca crear su propia vida, y no vivir la misma que viven la mayoría de las personas. Tiene ganas de conocer el mundo, abrir su mente a nuevas posibilidades y explorar todo lo que esté a su alcance. Se da cuenta que está en una edad increíble donde la idea no es jugar a la segura y hacer lo mismo que todo el mundo, sino recorrer su propio camino, cometer algunos errores, aprender de los mismos, enderezar la marcha y en el camino tener una visión más clara del mundo en general.

   No malinterpretes a María. Ella es una apasionada por la educación y sueña con vivir su vida al máximo, es por eso que reconoce que la educación tradicional tal vez no le permita cumplir sus sueños y metas financieras, ya que toma como ejemplo a sus padres, maestros, amigos y familiares cercanos, personas que tienen grandes estudios y títulos universitarios, pero aun así viven una vida muy parecida al promedio.
   María tal vez termine yendo a la universidad o tal vez no, pero por ahora, quiere ver el panorama completo, estudiar todas sus

alternativas y ver si la educación que le ofrece la universidad se ajusta al modo de vida que desea llevar.

Para ella diseñamos muchas alternativas de estudio, que a diferencia del método tradicional, se pueden aplicar rápidamente, no es costoso, y con la mentalidad adecuada puede servir para comenzar a ganar dinero de inmediato y conservarlo por años invirtiendo sabiamente.

Nos comunicamos con María de forma apasionada, mostrándole como la educación financiera ha cambiado la vida de millones de jóvenes, quienes desde temprana edad decidieron no ingresar a la universidad y tomaron un camino educativo diferente. Algunos de ellos son Henry Ford, Steve Jobs, Bill Gates, Thomas Edison, Richard Branson y Michael Dell.

Si bien jamás le recomendamos que no deba ingresar a la universidad, le hacemos saber que lo importante es tener opciones, y que en un mundo que cambia rápidamente, lo único arriesgado es estar atado a ideas que funcionaron en el pasado pero no en el presente. Es mejor cometer errores siendo libre que tener la razón estando encadenado a las expectativas de los demás.

Nuestra misión con María es estar en contacto continuo con ella, ayudándola en todas las decisiones que tome y mostrando interés más allá de la venta.

Si lo único que quieres es vender un producto o servicio, diseñar estos perfiles no te servirá de mucho. La idea con esto es que te preocupes por las personas, las sirvas lo máximo que puedas y las ayudes en todo momento.

Mostrar aprecio e interesarse auténticamente en los demás es el mejor marketing que existe.

Recuerda: Si haces una venta puedes ganar dinero, pero si haces un amigo puedes ganar una fortuna.

Este libro trata de cómo ganar amigos usando las redes sociales.

2. El segundo tipo de persona que identificamos la llamaremos Pablo.

   Pablo es un recién graduado universitario que tiene entre 23 y 26 años. Si bien a Pablo le gustó mucho lo que aprendió en la universidad y su carrera, sabe que esos conocimientos no serán suficientes para alcanzar sus metas financieras.

   Pablo toma como ejemplo a sus padres, profesores, amigos y familiares, quienes también se graduaron pero nunca alcanzaron grandes cosas desde el punto de vista financiero.

   Pablo vivió su vida viendo como sus padres madrugaban todos los días a trabajar a un negocio que nunca fue de ellos, siendo testigo de cómo no podían estar con él en los momentos importantes de su infancia y adolescencia, y le molesto mucho el hecho de que solo disponían de dos semanas de vacaciones al año.

   Desde temprana edad, Pablo decidió que no iba a repetir la vida que vivieron sus padres.

   Pablo no quiere conseguir un empleo; lo que quiere es comenzar su negocio y contratar empleados. El no busca ascender por la escalera corporativa; quiere poseer la escalera corporativa. El no busca seguridad; busca libertad.

Sin embargo se encuentra con un problema: no tiene ni idea del mundo empresarial y no conoce nada de inversiones. Lo único que sabe es como intercambiar su mano de obra por dinero, ya que eso fue lo único que le enseño el sistema educativo.

Para Pablo diseñamos cursos de educación financiera con asesoría personalizada, libros y guías de inversión paso a paso.

Para hacerle llegar todos estos productos que sabíamos que le cambiarían la vida, creamos contenido que resaltaba que las escuelas te enseñaban a trabajar duro por dinero, pero nunca te enseñaban como tener dinero trabajando duro para ti.
Le hicimos saber que entendíamos el problema que tenía, y que lo más seguro es que si emprendía nunca iba a lograr su objetivo (tener un negocio sistematizado que le generara ingresos pasivos sin tener que trabajar físicamente), sino más bien, terminaría siendo dueño de un empleo: un autoempleado que cree que tiene un negocio, pero lo que en verdad tiene es un empleo con fachada de negocio, ya que si dejara de trabajar, el dinero dejaría de fluir.

Con una comunicación personalizada con Pablo, haciéndole entender que teníamos la solución perfecta a sus problemas, mostrándonos interesados y ofreciéndole el mejor servicio de todos, logramos crear una relación duradera con esta clase de cliente, vender nuestros productos y tener una persona satisfecha que nos recomendara a todos sus amigos y se sentiría agradecido hacia nuestra marca.

De eso se trata todo esto. Ese es el verdadero marketing. El marketing no es lo que tú dices de tu negocio, es lo que los demás dicen de tu negocio. No olvides eso nunca.

3. A esta persona la llamaremos Paulina.

Paulina es una madre de familia que tiene un título universitario, un empleo seguro, un matrimonio feliz y esta bendecida con dos hijos. Tiene entre 28 y 38 años y ya lleva varios años en su trabajo.

A Paulina le gustaba mucho su trabajo al principio, ya que aplicaba todo lo que había aprendido en la universidad acerca de la carrera que le gustaba y estaba feliz en su empresa.

Sin embargo, con el pasar de los años, se fue sintiendo cada vez más encerrada en su cubículo a medida que crecían las obligaciones. Su esposo y ella al principio podían vivir tranquilamente en un departamento pequeño con el sueldo de uno de ellos, y con el otro sueldo podían viajar, comprar autos e irse de compras.

Con la llegada de su primer hijo, las cosas cambiaron. Se mudaron a una casa más grande y la mayor parte de su dinero se fue esfumando haciéndole frente a la hipoteca.
Como la mayoría, Paulina y su esposo pagaron sus estudios universitarios con préstamos estudiantiles, y todavía están liquidando la deuda. Tienen deudas de consumo, del pago del carro, y los gastos cotidianos por gasolina, comida, ropa, impuestos, servicios y entretenimiento.

Si miras el estado financiero de Paulina, veras que vivé al límite. De sueldo en sueldo. Si le añades la inflación, Paulina y su esposo se están quedando rezagados financieramente en la vida.

Esta es la vida que llevan la mayoría de las personas que dependen de un empleo.

Paulina llego a una encrucijada: No le encanta su trabajo como antes, se volvió monótono, no le reporta grandes beneficios financieros y está lista para renunciar, pero no puede hacerlo.

Ahora ella es madre de familia y tiene muchas obligaciones. Si renuncia, sentirá pánico ya que podría perder su casa, su carro y el estilo de vida que lleva.

Cada día que pasa es más duro para Paulina. A medida que sus hijos vayan creciendo, sus gastos aumentaran. Pronto tendrá que comenzar a hacerle frente al pago de la universidad de su primer hijo.

Paulina sabe que no le queda mucho tiempo. Está al borde de quedar atrapada en "la carrera de la rata", repitiendo el mismo día, con las mismas preocupaciones, en el mismo lugar, haciendo exactamente lo mismo, por 40 años.

La comunicación con Paulina es diferente. A ella no podemos hablarle de libertad. Ella es madre de familia y tiene muchas obligaciones. Ella tiene más sentido de responsabilidad y no puede permitirse cambios muy bruscos en su vida. Ella necesita aprender a generar fuentes de ingresos pasivos al mismo tiempo que asiste a su empleo. Para ella renunciar no es una opción. Sin embargo, sabe que necesita hacer algo para estar más segura financieramente.

Lo que queremos brindarle a Paulina es los conocimientos que le ayudaran a comenzar un negocio en internet y redes sociales, donde no necesite mucho dinero para comenzar y pueda hacerlo paralelamente con su empleo. Esta clase de negocio es muy escalable, se puede automatizar casi todo y reporta grandes beneficios si se sabe implementar.

También, le ofrecemos libros y cursos de educación financiera. Paulina necesita poner sus finanzas personales en orden y si no aprende a controlar su dinero, este la controlara a ella.

Para complementar, queremos ofrecerle los conocimientos para administrar todo el dinero que ganara con su nuevo negocio. Ahorrarlo en un banco que te paga un 2% de interés no es una buena opción. Entregárselo a alguien más que después lo pierda o tome decisiones estúpidas tampoco. Lo que le ofrecemos a Paulina es los conocimientos para invertir ese excedente personal y de su negocio en bienes raíces.

El sueño que le ayudaremos a cumplir es que algún día los ingresos que provengan de su negocio y de los bienes raíces reemplacen su cheque de nómina y pueda renunciar a su empleo si lo desea, sin perjudicar su vida y la de su familia.

Con unos productos personalizados, ayuda constante y asesorías de calidad, Paulina podrá dar fe de que nuestros conocimientos la ayudaron a cambiar su vida.

Estos son los tres perfiles que más se destacaban. La mayoría de nuestro público objetivo encajaba aquí. Algunos otros eran una mezcla de estos tres, por lo que también se sentían identificados con nuestros mensajes.

Lo que quise mostrarte en este capítulo es lo siguiente: tus seguidores, clientes (actuales y potenciales) y socios lo son todo. La persona que está del otro lado escuchándote y poniendo atención en lo que tienes que decir será la que decida si tu negocio es valioso o no.

El día que me interesa más mi negocio que mis clientes, desaparecerá mi negocio.

Esto es así porque mi negocio no es el que parece que es.

Mi negocio no son los bienes raíces, el comercio electrónico ni nada por el estilo.

Mi negocio son las personas.

Mi negocio son mis clientes.

Ya sean inquilinos, empleados, clientes, seguidores, socios o lo que sea, mi verdadero negocio siempre será el de las personas.

Sucede lo mismo con tu negocio.

Tú no estás en X negocio, tú estas en el negocio de las personas, y a menos de que te enteres de eso, jamás tendrás éxito y todo lo que hagas para generar una venta será patético.

Lo repetiré una vez más, en negrita y cursiva para que entiendas que no estoy bromeando:

No estás en X negocio. Estas en el negocio de las personas.

RESUMEN DEL CAPITULO

-Si todas las personas son tu público, entonces no tienes público.

-Define si tu público objetivo está más compuesto por hombres o mujeres. En el caso de ambos, conoce la proporción y ajusta tu contenido para que se adapte a ambos.

-Identifica los rangos de edad más marcados de tu público objetivo.

-Conoce donde está ubicado la mayor cantidad de seguidores que tienes y ten eso presente a la hora de compartir contenido o vender productos.

-Averigua que necesitan tus seguidores, y luego dáselos. Si no sabes que problemas tienen, no vas a poder ofrecerles una solución.

-Haz al menos 3 perfiles de aquellos que consideres tus clientes. Se trata de ponerse en la piel de tus seguidores y saber cómo piensan, sienten y ven el mundo.

-Recuerda: Si haces una venta puedes ganar dinero, pero si haces un amigo puedes ganar una fortuna.

- El marketing no es lo que tú dices de tu negocio, es lo que los demás dicen de tu negocio.

PARTE 2

Como crear contenido único y administrar

"Las conversaciones entre los miembros de tu nicho ocurren te guste o no. El buen marketing alienta el tipo de conversación correcta".

–Seth Godin.

La razón por la que amamos a nuestros padres es porque ellos nos amaron primero.

Todo influenciador profesional conoce y aplica esto todos los días de su vida.

Tu marca en redes sociales debe seguir este principio.

Ama a tus seguidores. Tomate 8 horas al día de ser necesario para contestar todos los correos electrónicos y mensajes directos que te envíen. Entrégate por completo a tu audiencia y esta cuidara de ti.

Si abres un canal de YouTube y te preocupa el número de suscriptores que vas a tener en el corto plazo, ya perdiste.

Si creas una cuenta en Facebook y lo único que te interesa es la cantidad de "Me gusta" que tienen tus publicaciones, ya perdiste.

Si tienes una cuenta en Instagram y vives pendiente del número de seguidores que tienes y del algoritmo de la plataforma, ya perdiste.

Si la estrategia tuya en redes sociales es calcular cuánto dinero hiciste en el corto plazo y el ROI, ya perdiste.

¡No se trata de dinero, de tu negocio ni del tamaño de tus cuentas!

Se trata de brindarles valor a las personas.

Se trata de ser generoso y responderles todos los mensajes que te escriban.

Se trata de crear un vínculo emocional publicando el mejor contenido.

Se trata de que compartas algo que sepas que le ayudara a alguien que te pone atención.

Se trata de crear relaciones a largo plazo. Relaciones que vayan más allá de un simple “Me gusta”.

Se trata de que seas tan valioso, generoso y amigable que tus seguidores se encarguen de hacer el marketing por ti.

Haz todo eso y te prometo que serás un gran influenciador.

Ni siquiera te darás cuenta porque no pensaras en eso.

Un verdadero influenciador no está preocupado por ser un gran influenciador.

Un verdadero influenciador está preocupado por brindarle el mejor contenido a su público.

Esta parte del libro tratare de eso.

Capítulo 1

Como conseguir todo lo que deseas

"Eres lo que publicas".

–Alex Tew

El contenido es lo más importante cuando hablamos de crear una excelente comunidad en redes sociales.

El contenido es lo más importante porque funciona como un intercambio.

Tú das y das y das más contenido, y a favor recibes atención.

La atención te conseguirá todo lo que quieras en redes sociales.

La atención te abrirá la puerta de todo lo que deseas.

Antes de que puedas decirme que tan grande es tu negocio o que tan asombroso es tu producto, necesitas mi atención.

Si estás leyendo este libro, es porque capte tu atención y lo compraste.

¿Cómo capté tu atención y te convencí de que valía la pena gastar dinero aprendiendo lo que tengo para enseñarte? Con mi contenido.

Mi contenido te sedujo a comprar este libro.

Si no eres capaz de crear contenido asombroso en las redes sociales y captar la atención de los demás, eres totalmente irrelevante y nadie estará interesado jamás en ti y tu negocio.

Nuestro éxito en @ComoJugarMonopolio y @Sociedadecaballeros se debió en su mayoría a que nadie, y me refiero a nadie, publica un contenido similar al nuestro. No existen cuentas parecidas a las de nosotros en redes sociales. Ninguna otra cuenta te educa tanto en temas de educación financiera, inversión y emprendimiento como las nuestras. Las personas lo saben y por eso deciden seguirnos y comprarnos todos nuestros productos. Saben que no estamos bromeando.

Por más que muchas otras cuentas aseguren que su contenido es de educación financiera, la verdad es que no lo es. No es que nuestras cuentas sean las mejores en esos temas, ¡es que son las únicas!

Las personas confunden la motivación y el contenido similar a este con educación financiera, pero no lo es. Te puedo asegurar que ninguna cuenta en redes sociales imparte lecciones de educación financiera, salvo las nuestras. En cada publicación que compartimos tratamos de aportar algo valioso que se pueda usar en el mundo real por las personas que nos siguen o que podamos enseñar un concepto nuevo de inversión, o una forma de pagar menos impuestos de forma legal, o formas de generar ingresos pasivos, o más lecciones por el estilo.

Sabemos que tenemos éxito en nuestro contenido por dos cosas: las personas aman nuestro contenido o las personas odian nuestro contenido.

Así es como funciona una verdadera marca. Como ves, nadie se queda en el medio. Las personas o nos aman o nos odian.

Si estudias todas las grandes marcas del mundo, veras que este patrón se repite.

Las personas aman a McDonald’s o lo odian.

Las personas aman a Donald Trump o lo odian.

Las personas aman a Starbucks o lo odian.

Las personas aman a Apple o lo odian.

Las personas aman a Coca cola o la odian.

Las personas aman a Cristiano Ronaldo o lo odian.

Cuando se trata de construir una verdadera marca, nunca permitas que te perciban como alguien tibio. Asegúrate que quien esperas que te amé lo haga sin limitaciones, y que aquellos que te odien lo hagan intensamente.

Lo más gracioso es que tanto las personas que te aman como las que te odian te van a seguir y van a estar pendientes de ti.

Ahora bien, no se trata de generar odio. No estoy hablando de eso. Estoy hablando de que seas tan increíblemente bueno que nadie pueda ignorarte. Tan bueno que aquellas personas que no estén de acuerdo contigo no les quede otra opción más que censurarte.

Esta es la táctica que uso Donald Trump para ganar las elecciones a la presidencia de Estados Unidos.

No estamos hablando de política ni vamos a debatir si Donald es una buena o una mala persona. Estoy hablando de que Trump es un genio del marketing.

Él se aseguraba que cada debate o discurso que daba, fuera entretenido. Él no te vendía política barata y predecible: te vendía un

espectáculo entretenido. Siempre daba de que hablar. Se aseguraba de que su cara ocupara la primera plana en todos los diarios, periódicos y sitios web relacionados.

La gente lo amaba o lo odiaba. Unos se reían otros se enojaban. Unos se alegraban otros se asustaban. Unos amaban que fuera egocéntrico otros lo odiaban por esto mismo. ¡Nadie se quedaba en el medio!

A Donald no le importa si hablan bien de él o mal. ¡Lo importante es que hablen!

Donald demostró que no existe mala publicidad. Su campaña estuvo plagada de escándalos, tanto racistas como machistas, frases polémicas y debates desastrosos. Los medios de comunicación trataron de acabar con él, y con esto solo le ayudaron a conseguir lo que más quería: atención.

Donald hizo lo que todos los expertos en política aseguran que no se puede hacer. Y aun así, gano.

No te estoy sugiriendo que vayas al extremo, lo que quiero que sepas es que si no te aseguras de que tu publico piense siempre en ti, nunca te compraran nada ni serás alguien relevante en sus vidas.

Donald sabe que en este mundo digital que vivimos, la atención es el tesoro más valioso que tenemos. No me importa si tienes el mejor producto, la mejor empresa o la idea más innovadora. Si no tienes mi atención, no podrás venderme ni convencerme de nada.

Te diré la cruda verdad que nadie quiere decirte: Si quieres tener éxito en los bienes raíces, el mercadeo en redes, el mercado bursátil, las redes sociales o lo que sea, y nadie te conoce, no vas a lograrlo.

Si nadie te conoce, no vas a lograrlo.

Punto.

No me importa que negocio sea, o que tan buena sea tu empresa, o lo apasionado que seas, ni ninguna de esas tonterías. Si no te conozco ni se nada de ti, no hare negocios contigo.

Las personas hacen negocios con personas que conocen.

Las personas le compran a negocios que conocen y que les gustan.

Las personas se asocian con personas que conocen.

Las personas tienen el mismo doctor toda su vida porque lo conocen.

Las personas tienden a salir con las mismas personas toda la vida porque las conocen.

Las personas tienden a comer en los mismos lugares de siempre y a comprar ropa en las mismas tiendas de siempre porque conocen todos estos sitios.

Entre más te conozca, entre más escuche de ti, entre más sepa de ti, entre más conozca tu negocio, entre más experiencias escuche sobre ti, entre más repeticiones de tu negocio escuche, más me gustas.

Si tú no me conoces nunca me compraras nada. ¿Cómo me compraras algo si no me conoces? ¿Cómo harás negocios conmigo si no me conoces? No puedes. Es imposible. No lo harás.

El precio no será un problema. El tiempo no será un problema. Los problemas crediticios no serán un problema. La economía no será un problema. El problema es que no me conoces. No me compras porque no me conoces. Así de simple es.

Si nadie te compra nada, es porque nadie te conoce.

La oscuridad es el peor enemigo de cualquier negocio.

La oscuridad matara tu negocio.

Haz todo lo que sea necesario para que las personas te conozcan, para que conozcan tu negocio y escuchen de él una y otra vez. Si vives en la

oscuridad, nunca lo lograras. Esto aplica para todo. Para tener citas, conseguir amigos, hacer negocios, ganar seguidores y tener éxito en las ventas. La oscuridad es el peor enemigo de todos.

No sobrevivirás en la selva siendo un animal pequeño. Es imposible. No lo lograras. ¿Qué animal hace eso?

Si te mantienes en pequeño morirás. La razón por la que te mantienes pequeño es porque no gastas dinero. Y la razón por la que no gastas dinero es porque alguien te dijo que el dinero es difícil de conseguir y requiere mucho trabajo. Alguien implanto un miedo en tu cabeza sobre el dinero, ¡y ese miedo te está costando mucho dinero!

Toma tu dinero e inviértelo en tu negocio. Comienza a pensar todos los días de tu vida: ¿Qué tan grande me puedo volver? ¿A cuántas personas les puedo llegar? ¿Cómo me aseguro que todo mi público objetivo me conozca?

¿No tienes dinero? Se creativo. Además, en redes sociales, con menos de $300 dolares puedes crear una campaña exitosa y volverte masivo. Yo tengo más de 100,000 seguidores en todas mis redes, conseguí este público en menos de 6 meses, y te puedo asegurar que me gaste menos de $300 dolares. Demostré que no necesitas dinero para crear una gran cuenta. Si yo lo hice, tú también podrás. Ahora sigue el siguiente paso para pensar más en grande: ¿Qué tengo que hacer para alcanzar 1 millón de seguidores en menos de un año?

Si no piensas en grande tu negocio no sobrevivirá. La competencia abunda. Las redes sociales han permitido que cualquier persona con una computadora y acceso a internet tenga una empresa a nivel mundial desde la sala de su casa. Lo único que te garantizara la supervivencia en esta selva es darte a conocer, todos los días, a toda hora, a la mayor cantidad de personas posibles.

Necesitas captar la atención de todos. Necesitas que hablen de ti. Necesitas que piensen en ti y tu negocio. Necesitas que escuchen experiencias de clientes satisfechos. Necesitas que vean el contenido

que compartes. Necesitas que te amen. Necesitas que te odien. Necesitas que las personas escuchen de ti una y otra vez.

Te puedo asegurar que siempre damos de que hablar por el contenido que compartimos. Si bien a veces es polémico, siempre lo argumentamos y no necesitamos llamar la atención diciendo cosas sin sentido ni argumentos. No se trata de que te conozcan por ser alguien que busca desesperadamente llamar la atención. Se trata de que te conozcan porque eres el mejor en tu negocio y en tu contenido.

No lo olvides: haz lo que sea necesario para que los demás te conozcan. Si tienes dinero extra y no sabes qué hacer con él, inviértelo en marketing y publicidad.

Más adelante te mostrare como crear una campaña de marketing digital exitosa.

RESUMEN DEL CAPITULO:

-La atención te conseguirá todo lo que deseas en redes sociales.

-¿Cómo captar la atención de las personas? Creando el mejor contenido de todos.

-Una verdadera marca es amada y odiada al mismo tiempo. Nadie se queda en el medio.

-Se tan bueno que nadie pueda ignorarte.

-No importa si hablan bien o mal, ¡lo importante es que hablen!

-Si nadie te conoce, no vas a lograrlo. Si no me conoces, no me compraras nada. Es así de simple.

-Las personas le compran a negocios que conocen.

-Entre más te conozca, más sepa de ti y más escuche tu negocio, más me gustas.

-Si nadie te compra nada, es porque nadie te conoce. La oscuridad es el peor enemigo de tu negocio.

-Haz todo lo necesario para que las personas te conozcan a ti y a tu negocio.

-¿Qué tan grande te puedes volver? ¿A cuántas personas les puedes llegar? ¿Qué alcance puedes alcanzar? ¡Piensa en grande!

Capítulo 2
El Rey

"Por encima de todo, tienes que crear algo de lo que estés orgulloso todos los días de tu vida".

–Richard Branson

"El contenido es el rey".

Aunque si lo piensas bien, la frase debería ser: "el usuario es el rey".

Porque si la persona no le interesa tu contenido, no podrás tener un gran alcance ni vender tus productos.

Por eso fue tan importante en un capítulo anterior que hayas aprendido a segmentar a tu público. Si lo hiciste bien, entonces retomemos donde íbamos: El contenido vuelve a ser el rey.

Si no comienzas a producir contenido de forma masiva en todas las redes sociales, tu negocio fracasara.

No vas a ganar con el punto de vista romántico de “mi producto es mejor” o “mi negocio es mejor”. Esos son tonterías.

Si tu competencia tiene más recursos, más empleados, mayor porción de mercado, y capacidad de bajar los precios, entonces la única forma en la que puedes competirles es por redes sociales.

Si muestras tus pasiones, talentos y toda tu creatividad en tu contenido, tu público comenzara a preferirte a ti y a tu negocio.

Da, da, da, da, da, da, da, da, da, vende.

Esa es la fórmula que debes seguir.

Cuando yo comencé a ofrecer mis productos, lo hice sin esperar nada a cambio.

Si las personas no querían comprarlo, no había problema. Igualmente seguiría dándoles el mejor contenido gratuito por todas mis redes sociales y respondiendo cada mensaje que me manden.

No se trata de manipular a tu público para que te compren. Se trata de que tu contenido sea tan increíble que ellos mismos te exijan que vayas más allá y les ofrezcas un producto o servicio.

En nuestras cuentas en redes sociales, nuestro público casi que nos obligó a que escribiéramos libros, guías de inversión y creáramos cursos.

No llenamos la cuenta de publicidad ni nada por el estilo. La mayoría de las personas nos escribían directamente preguntándonos por nuestros productos.

Eso es lo que sucede cuando creas un contenido valioso para las personas.

En lugar de estar constantemente tratando de ser viral en redes sociales a través del contenido, trata de publicar algo muy valioso que alguien

que lo vea no pueda irse a dormir sin antes decirle a alguien más que lo vea.

Si logras hacer eso, ganaras. Te lo prometo.

Ese es el mejor marketing. ¿Por qué? Porque no es marketing. El mejor marketing no se siente como marketing. Se da cuando genuinamente quieres aportar valor en la vida de alguien más a través de tu contenido.

No se trata de publicidad.

Las personas confunden el contenido con la publicidad.

La publicidad es necesaria y más para darte a conocer masivamente, pero una vez que llamas la atención de alguien y este quiere saber más de ti en tus redes sociales, debes asegurarte que se encontrara con el mejor contenido de su vida, no con más publicidad.

Tus cuentas en redes sociales deben estar orientadas a una sola cosa: aportar valor en la vida de todos tus seguidores, a tal punto que dejen de ser simples seguidores y se vuelvan amigos tuyos.

Sé que suena muy romántico, pero así es. El marketing cambio, y si no construyes relaciones con tus seguidores brindándoles lo mejor de ti, serás uno más del montón.

Estos son los tipos de contenido que tendrás en tu cuenta:

1. <u>Contenido de valor:</u> Puede ser motivación, tips, educación, tutoriales, noticias, reflexión, entretenimiento o cualquier cosa relacionada con la temática de tu marca.
2. <u>Estilo de vida:</u> Este es un contenido más personal donde compartirás eventos, viajes, tiempo de ocio, vacaciones y cosas por el estilo. De esta forma las personas conocerán un lado más personal tuyo.

3. Productos o servicios: Estos serán los productos o servicios que tengas para la venta y que estén hechos teniendo en cuenta las necesidades de tu público objetivo.
4. Experiencias: Con este contenido resaltaras las experiencias de éxito, los clientes satisfechos, los testimonios y los comentarios positivos sobre tus productos y tu marca.

Ten presente que todo este tipo de contenido lo usaras en algún momento. Aprende a manejar los tiempos y no satures a tu público con contenido irrelevante. El contenido de valor siempre debe prevalecer.

A continuación te daré unos consejos que debes implementar en el tema del contenido:

1. Sé frecuente: Aunque depende de cada marca, lo más recomendable es que seas frecuente. Si no eres frecuente las personas no se acordaran de ti ya que no te comunicaras con tu publico seguido. La mayoría de las personas recomiendan publicar al menos tres veces a la semana. Por eso la mayoría de las personas no consiguen grandes resultados. Yo te recomiendo publicar dos veces al día. Así como leíste. Dos veces al día, donde ambas publicaciones sean excelentes.
   Recuerda que publicando desde Instagram puedes publicar simultáneamente en Facebook y Twitter, por lo que tampoco te quitara mucho tiempo.
   Ten presente también las historias en Instagram y Facebook. Yo las uso principalmente para mostrar la experiencia de las personas que adquieren mis productos, promocionar libros, cursos y guías y también subir contenido de valor. Debes ser frecuente también publicando en las historias. Al menos, cinco historias diarias. Recuerda que buscas llamar la atención y ser recordado por todas las personas.

Puede que pierdas algunos seguidores por ser muy activo en tus redes sociales. Pero si no eres muy activo, perderás muchísimos más seguidores a la larga ya que aunque puede que no te dejen de seguir, no se interesaran tanto por ti y tu negocio.
Siempre haz más de lo que creas necesario para tener éxito. Aplica también para la cantidad de contenido a publicar.

2. Hashtags: Son claves. Las personas son muy conscientes de estos y ya es posible seguir hashtags en Instagram. Debes elegir cuidadosamente aquellos que tu público objetivo use. No implementes más de 25 hashtags y recuerda que debes incluirlos en el pie de foto del post que vas a compartir, sino no tendrán efecto.
   Crea un hashtag representativo de tu marca. Por ejemplo, nosotros implementamos #ComoJugarMonopolio y #Sociedadecaballeros. Llegará un día donde las personas comiencen a usar tu hashtag y comenzaras a crecer exponencialmente gracias a estas herramientas.

3. Comunícate: Recibes lo que das. Si interactúas con tu público, este lo hará contigo. Si te comunicas y respondes varios comentarios y das likes, tu público hará lo mismo. Si no interactúas y vives en el anonimato, estarás condenándote a vivir en la oscuridad. Y la oscuridad puede matar a tu negocio.

4. Sé breve: No siempre es fácil, pero en la medida de lo posible, trata de que tu mensaje se capte en la menor cantidad de tiempo posible. La persona promedio sigue más de 300 cuentas. La mayoría publica todos los días. Súmale a esto el trabajo, la vida familiar y las actividades cotidianas y te encontraras con que dispones de poco tiempo para captar la atención de la gente. Si a simple vista no eres capaz de llamar la atención y destacar en el mar de publicaciones diarias, pasaras desapercibido. Es todo un reto y debes mejorar estas habilidades todos los días.

5. <u>Administra todo:</u> Responde todos los comentarios, ya sean positivos o negativos en la medida de lo posible. Eso incrementara la confianza que las personas sientan por tu negocio y marca.

6. <u>Invita a la acción:</u> Haz preguntas, desafíos, encuestas, concursos… ¡provoca la interacción!

El tema del contenido en redes sociales es sumamente importante. Puede resultar siendo el causante de tu fracaso en el mundo digital. No escatimes tiempo a la hora de diseñar tu contenido. Tomate todo el necesario, crea el mejor de todos y no subestimes los detalles.

Recuerda la regla en redes sociales: Eres lo que públicas.

RESUMEN DEL CAPITULO:

-El contenido es el rey.

-Comienza a compartir contenido en todas las redes sociales o fracasaras.

-Ofrece tus productos sin esperar nada a cambio. Comparte tu contenido sin esperar nada a cambio. Responde mensajes directos sin esperar nada a cambio. Interactúa en tus publicaciones sin esperar nada a cambio. Se trata de dar, no de recibir.

-Se trata de que el contenido sea tan bueno que las personas te exijan que vayas más allá y les ofrezcas productos o servicios.

-El mejor marketing no se siente como marketing.

-No confundas el contenido con la publicidad.

-Aporta valor en la vida de tus seguidores con cada publicación que realices.

-Si interactúas con tu público, este lo hará contigo.

-Recibes lo que das.

Capítulo 3
Herramientas para imágenes

"Si quieres tener más éxito en las redes sociales humaniza tu marca. Relájate, disfruta de las conversaciones y sirve a todos, no solo a tus clientes".

–Víctor García

Es casi imposible cocinar una comida deliciosa si no tienes unas buenas herramientas para hacerlo.

Si la cocina es un desastre, es casi seguro que cualquier cosa que cocines será un desastre.

Por esta razón te compartiré algunas de las mejores herramientas que existen para ayudarte a crear ese contenido valioso del que venimos hablando.

Las imágenes que compartes son el arma más poderosa con la que cuentas para llamar la atención de tu público.

Sin embargo, hoy en día las empresas y cuentas en redes sociales han ido optimizando sus imágenes y aumentando mucho su calidad, por lo

que aquellos que todavía no hagan esto se verán expuestos y su contenido perderá brillo y reconocimiento.

A continuación te mostrare las mejores herramientas para crear imágenes según mi experiencia:

1. Canva: Es una herramienta para computadores. En mi opinión, es la mejor que existe. Te permite crear todo tipo de imágenes y la puede utilizar cualquier tipo de persona sin conocimientos previos ya que es muy fácil de usar e intuitiva.
   Cuenta con plantillas prediseñadas, tamaños personalizados para cada canal de medios sociales y con una amplia diversidad de fuentes.
   Canva se ajusta a todas las redes sociales y las posibilidades son infinitas con esta herramienta gratuita.

2. Pablo: Es menos extensa que Canva, pero es perfecta para añadirle un texto a una imagen por encima y editarla rápidamente. Te sirve para varias redes sociales, es gratuita y la puedes utilizar desde tu computador. Se especializa en Twitter.

3. Social image resizer tool: No te preocupes más por el tamaño de las imágenes para tu portada en Facebook, foto de perfil en Twitter o un anuncio en Facebook Ads. Simplemente descarga esta herramienta y deja que haga todo el trabajo por ti.
   Te servirá para tus imágenes en Facebook, Twitter, YouTube, Instagram y muchas otras redes sociales.

4. Pixlr: Es una especie de “Photoshop de bolsillo”. Con todas las opciones que te ofrece puedes hacer las operaciones más habituales del famoso programa de Adobe.

5. Photoscape: Es una herramienta sencilla de usar que puedes implementar desde el computador. Te permite editar imágenes de forma sencilla y añadirle texto a las fotos que desees.

6. Photoshop express: Esta herramienta es para móviles. Tiene un programa completo de edición de imágenes y te permite crear todo tipo de diseños fácilmente.

7. Magisto: Es un editor de videos online que permite transformar tu contenido visual en videos animados que sean únicos y divertidos. Su principal ventaja es que no requiere de mucho tiempo ni de muchos conocimientos técnicos. Su uso es muy intuitivo.
   También cuenta con aplicaciones móviles para que puedas implementarlo desde tu celular. Sin embargo, su único inconveniente es que esta en inglés.

8. Over: Esta es la mejor de todas. Es la que uso personalmente. Es una app gratuita que puedes descargar y usar de forma intuitiva para crear y editar todo tipo de imágenes. Me encanta porque no me quita nada de tiempo, puedo hacer todo lo que necesito y está siempre al alcance de mi mano. Te recomiendo que comiences con esta herramienta.

Ten presente que estas herramientas varían dependiendo de las necesidades de cada persona o marca.

Busca una que se adapte a tus necesidades y comienza a implementarla en la creación de tu contenido.

La gran ventaja en la actualidad es que cualquier persona sin conocimientos de diseño gráfico ni de programación puede utilizar estas herramientas, de forma gratuita, y competir con las personas y empresas más experimentadas compartiendo un contenido único y valioso para su público.

Siempre ten presente que las redes sociales se alimentan de contenido gráfico y visual. Recuerda que todos tus seguidores buscan encontrar una imagen que despierte sentimientos en ellos para así mostrársela a alguien más, compartirla, guardarla o publicarla.

Asegúrate de que seas tú quien le brinde esa imagen y quien despierte ese lado sentimental que lo conecte con tu marca.

RESUMEN DEL CAPITULO:

-Las imágenes que compartas y la calidad de las mismas son el arma más poderosa que tienes para captar la atención de las personas.

-Comienza con Over. Descárgala en tu móvil y comienza a crear ese contenido único y original. Es muy fácil de usar, intuitiva y no te quita mucho tiempo.

-Si te gusta editar imágenes desde tu computador, entonces comienza con Canva. Las posibilidades son infinitas con esta herramienta. Yo la uso no solo para crear imágenes para las redes sociales, sino para crear portadas de Ebooks y hacer infografías. Familiarízate con Canva y tendrás un contenido de muy alta calidad.

-Recuerda que el tipo de herramienta que uses depende del tipo de contenido que requiere tú y tu marca. Busca una herramienta que se adapte a tus necesidades particulares y aprende a manejarla.

-Las redes sociales se alimentan del contenido visual y gráfico.

Capítulo 4

Secretos en redes sociales

“Las redes sociales no son transaccionales, son relacionales”.

–Octavio Regalado

En este capítulo te daré algunos tips y consejos para que tu contenido logre alcanzar la mayor cantidad de público posible.

Ya sabes cómo crear contenido, lo que tu audiencia espera que compartas y sabes que necesitas hacer todo lo posible por darte a conocer. Ahora solo falta conocer algunos trucos y estrategias que impulsaran tus publicaciones y te harán interactuar con miles de personas.

El uso de imágenes en las redes sociales aumenta cada minuto. El crecimiento de personas que comparten imágenes y contenido visual en redes sociales va en aumento cada día.

Cada minuto, en el mundo invisible de la red, se generan cantidades enormes de contenido visual:

- 72 horas de video subidas a YouTube
- 216,000 imágenes subidas a Instagram.
- 3,500 imágenes pineadas en Pinterest.
- 8,300 videos compartidos en Vimeo.
- 348,000 fotos compartidas en WhatsApp.
- 277,000 tweets con imágenes en Twitter.
- 2, 460,000 imágenes compartidas en Facebook.

Esto va en aumento cada día.

En esta época de exceso de información, conseguir que el mensaje que tratas de comunicar se destaque y sea más recordado es de vital importancia. Si logras conseguirlo, tendrás más posibilidades de llegarle a tu público objetivo y así aumentar tus seguidores y tus clientes.

Ten presente lo siguiente:

- El 93% de la comunicación humana es no verbal.
- El 90% de toda la información transmitida a nuestro cerebro es visual
- La gente recuerda hasta el 80% de lo que ve mientras que recuerda solamente el 20% de lo que lee.

A continuación te daré los mejores consejos para tus publicaciones en las redes sociales más importantes:

1. Twitter: Aunque no parezca, en Twitter también es mejor publicar contenido visual acompañado con textos cortos para captar mejor la atención de tu público. Ten presente lo siguiente:

   1.1. Al compartir un tweet con una imagen tendrás el doble de posibilidades de que sea compartido en comparación de un tweet que solo incluye texto.

   1.2. En cada tweet puedes implementar hasta cuatro imágenes.

1.3. En cada imagen puedes etiquetar hasta 10 cuentas. Esto puede ayudar a generar un mayor alcance.

1.4. Al incluir imágenes en un tweet el texto que puedes compartir se reduce, por lo que debes lograr condensar tu mensaje con menos palabras.

2. Facebook: Un estudio determino lo siguiente: Las publicaciones que llevan imagen consiguen mejorar en un porcentaje cercano al 53% y aumentar los comentarios en un 104%. Ten presente lo siguiente:

2.1. Las publicaciones que contienen al menos una imagen tienen un desempeño tres veces mejor que aquellas que solo tienen texto.

2.2. Las publicaciones con imágenes tienen un 50% más de “Me gusta” que aquellas que solo tienen texto.

2.3. Solo comparte imágenes que hayas creado tú mismo. No violes los derechos de autor.

2.4. El viernes es el mejor día para publicar en Facebook, según las estadísticas.

3. Instagram: Esta es la red social más popular del momento. Es la favorita por las personas en Latinoamérica. Se alimenta casi en su totalidad de las imágenes compartidas. Ten presente lo siguiente:

3.1. Comparte más imágenes que videos. Los usuarios prefieren las fotografías ya que no les quitan mucho tiempo. Siempre

recuerda: tienes máximo 2 segundos para captar la atención de tu público. No es fácil que todos vean un video de 60 segundos.

3.2. No uses los filtros de imágenes en Instagram. Trata siempre de usar una herramienta de edición de imágenes externa.

3.3. Trata de no incluir más de 25 hashtags, asegúrate de que sean seleccionados cuidadosamente y se relacionen con tu marca. Organiza tu publicación de tal forma que los hashtags no salgan cerca del contenido que quieres compartir.

3.4. Recuerda subir siempre el mejor contenido de todos. Se trata de ser valioso para las personas, no "popular".

Considera lo siguiente a la hora de publicar contenido:

1. Numero de publicaciones diarias: Muchas personas tienen un dilema: ¿cantidad o calidad?
   Yo te resolveré ese dilema: ¡Ambas!

   Necesitas subir el mejor contenido posible la mayor cantidad de veces para que las personas te conozcan y escuchen sobre ti todos los días a toda hora.

   Sigue en la medida de lo posible lo siguiente:

   De 0 a 10,000 seguidores: 1 a 2 publicaciones diarias.
   De 10,000 a 50,000 seguidores: 1 a 3 publicaciones diarias.
   De 50,000 a 100,000 seguidores: 1 a 4 publicaciones diarias.
   De 100,000 seguidores en adelante: 2 a 6 publicaciones diarias.

2. Horario de publicación: ¿Nunca lo has pensado? Publicar contenido en distintas redes sociales puede tener unos resultados diferentes dependiendo de la hora en la que publiques y la red social en la que lo hagas.

   El tiempo es muy importante en las redes sociales. Aunque no lo creas, existen horarios que pueden ayudarte a maximizar el alcance de tus publicaciones y obtener una respuesta deseada por todo el contenido publicado en las distintas redes sociales de tu marca.

   A continuación te mostrare el horario ideal para publicar tu contenido dependiendo de las distintas redes sociales:

   Twitter: De lunes a viernes, según las estadísticas, lo ideal es publicar entre las 12:00 y las 15:00. Los fines de semana es recomendable hacerlo de 18:00 a 20:00 para así obtener un alcance deseado.

   Facebook: De lunes a viernes es recomendable hacerlo de 12:00 a 15:00 y de 17:00 a 19:00. Los fines de semana tendrán un mayor alcance de 12:00 a 14:00 y de 18:00 a 22:00.

   Instagram: Es prácticamente igual a Facebook. Personalmente yo publico todo mi contenido al mismo tiempo tanto en Facebook como en Instagram subiéndolo desde Instagram. Sin embargo, recuerda que al tener tu cuenta en modo empresarial podrás acceder a las estadísticas que te dirán a qué horas y en qué días tu público está más activo.

   ¿Cuándo no debes publicar en redes sociales? De 0:00 a 8:00.

   Por supuesto depende de cada red social y de la ubicación de tu público, pero debes evitar en la medida de lo posible estos

horarios para compartir tu contenido. Por lo general son horas muertas que debes evitar a toda costa.

Ten también presente lo siguiente:

-Mayor actividad no es igual a mayor atención. Publica en horarios donde sepas que tu público está más abierto a recibir e interactuar con tus publicaciones.

-Estos horarios no son definitivos. Cambian constantemente y dependen de cada sector. También varían dependiendo de si lo que vas a publicar es contenido de valor o publicidad de tus productos o servicios.

-Analiza siempre los resultados obtenidos y toma decisiones basándote en los mismos. No le dejes nada al azar.

-Cada red social es un mundo. Mantente al tanto del comportamiento de tu público revisando periódicamente las estadísticas que te proporciona cada red social.

3. <u>Espacios entre publicaciones:</u> Lo ideal es que dejes un espacio de entre 3 a 4 horas entre cada publicación.
   A medida que publiques más seguido debido al aumento de seguidores procura dejar un espacio mínimo de 45 minutos.

   Respeta estos espacios si quieres que tus publicaciones logren el alcance deseado.

   Recuerda que las publicaciones tienen una vida útil de 3 a 5 horas. En ese tiempo llegaran a su apogeo y luego irán quedando olvidadas por el mar de información que la opacara.

Si respetas estos tiempos y logras que tenga un buen alcance, puedes terminar alargándole la vida útil un par de horas más.

Ten presente que si bien todos estos factores son importantes, lo que más determinara tu éxito o fracaso será tu contenido. Si tu contenido no es valioso y no establece una conexión emocional con tu audiencia, ningún truco te salvara.

RESUMEN DEL CAPITULO:

-Ten presente los consejos para que tus publicaciones logren los resultados deseados en cada red social. Recuerda que cada red social es un mundo completamente diferente.

-¿Cantidad o calidad? ¡Ambas! Se trata de ser lo más valioso posible y darte a conocer a la mayor cantidad de personas posibles.

-Hazle seguimiento al horario y los días preferidos por tu audiencia. Haz todo lo posible para que tu publicación alcance el mejor desempeño de todos. Recuerda que las redes sociales te proporcionan estos datos. Úsalos a tu favor.

-No publiques en las horas muertas. Estas cambian dependiendo de tu sector y de la ubicación de tu público. Conoce estas horas y evítalas.

-Deja un espacio considerable entre una publicación y otra para que tenga el alcance deseado.

-Estos trucos no te sirven de nada si no tienes un contenido increíble.

Capítulo 5

Automatiza todo

“Tienes menos de 5 segundos para lograr impactar”.

–Sally Hogshead

Necesitas liberar tu tiempo para pensar en tu negocio, tus clientes y toda tu comunidad.

En este capítulo te enseñare como hacerlo.

No importa lo que hagas en el mundo digital ni a qué sector te dediques, en lo que respecta a las tareas rutinarias de publicar contenido y administrar, solo existen dos formas de hacerlo:

1. Manualmente.
2. De forma automática.

99% de las personas lo hacen de forma manual y al tiempo abandonan su comunidad por completo porque no disponen de más tiempo y quedaron exhaustos.

No quiero que eso te pase a ti.

Afrontémoslo: vivimos muy ocupados. Siempre hay algo que hacer. Todos tenemos familia, amigos y asuntos pendientes. Sin embargo, no podemos dejar las redes sociales a un lado, ya que hoy en día pueden terminar siendo todo nuestro negocio.

El reto es aprender a automatizar todas las tareas rutinarias al mismo tiempo que conservas tu toque personal en las mismas.

Antes de darte algunas herramientas y consejos para hacerlo, tengo que dejar en claro lo siguiente:

Automatizar no quiere decir que debas desaparecer de tus redes sociales.

Una cosa es ser inteligente y liberar algo de tu tiempo en actividades que se pueden automatizar, y otra cosa es desaparecer y dejar de interactuar con las personas que le dan sentido a tus redes sociales.

La segunda cosa asesinara tus redes sociales y tu negocio. No se trata de eso.

Automatiza. Se inteligente y libera tu tiempo. Pero no conviertas tu marca y tus redes sociales en la voz de un robot.

No tiene sentido eso. Ese no es el objetivo de las redes sociales. Es todo lo opuesto. El sentido de tener redes sociales es interactuar con las personas, comunicarte de forma constante y brindar tu ayuda o apoyo en todo momento.

Comenta, agradece y brinda tu ayuda siempre que puedas.

¡Se trata de humanizar tu marca! ¡Se la marca más sociable de todas!

Ese toque humano que pones en cada publicación o comentario es lo que te distingue del resto. Es lo que seduce a las personas a seguirte, prestarte atención y comprarte tus productos. Sin ese toque humano será una experiencia muy fría la que brinde tu marca.

A continuación te daré las cinco herramientas más importantes que te ayudaran a automatizar tus actividades rutinarias:

1. Postcron: Esta herramienta te permitirá automatizar tus publicaciones, tanto recientes como antiguas, en redes sociales.

   Te permite compartir de forma automática en Facebook, Twitter, Instagram, y más redes sociales.

   También te permite añadir tu logo de marca al contenido que publiques, y algo único que tiene es que puedes programar hasta mil entradas en las redes sociales desde una hoja de Excel o un archivo de Google Docs.

   Quizás el único inconveniente que tiene es que no es gratuita. Ofrece cuatro planes, pero todos de pago. Aunque si piensas en todo el tiempo que te ahorra, veras que vale la pena.

   Debes tener en cuenta que en Instagram no publica, solo recuerda.

2. NextScript: Es un plugin que comparte publicaciones desde tu blog a muchas redes sociales.
   Además te ofrece las siguientes funciones:

-Puedes integrarlo con Mailchimp y enviar tus publicaciones como campañas de email marketing a tus suscriptores y ahorrarte mucho tiempo y esfuerzo.

-Puedes compartir tus publicaciones en Instagram.

-Cuenta con una versión gratuita y otra de pago.

3. Post Promoter Pro: Es un plugin de pago que sirve para compartir contenido en Facebook y Twitter.

   Puede integrarse con Google Analytics para ver las estadísticas de los artículos que estas compartiendo o conocer mejor los resultados de ventas.

   También puedes configurarlo para que haga retweets de tus cuentas. Su uso es muy sencillo e intuitivo.

4. Metricool: Entre sus muchas opciones que te ofrece, incluya la posibilidad de automatizar tus publicaciones en redes sociales.

   La parte analítica te permite conocer más a tus seguidores. Te muestra de donde vienen, que paginas has visitado y el tiempo que han estado en ellas. También te mostrara información sobre tus contenidos.

   Te permite planificar la interacción en Twitter, Facebook e Instagram, eligiendo las horas óptimas para hacerlo.

   Además de las publicaciones, te permite analizar los hashtags, las palabras y las cuentas.

5. Hootsuite: Te deja programar publicaciones para Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y muchas más.

Es una de las herramientas preferidas a la hora de gestionar redes sociales. Si bien los reportes de analítica son limitados, podrías comenzar con esta herramienta y luego pasarte a una más sofisticada.

Puedes acceder a ella en el sitio web o descargarla en tu móvil.

En la versión gratuita podrás acceder a muchas funcionalidades pero solo en 3 redes sociales.

6. Buffer: Muchos profesionales la usan. En la versión gratuita te permite programar publicaciones para Facebook, Twitter, Instagram y muchas más. Aunque no las publica, sino que funciona a modo de recordatorio.

7. HubSpot: Su analítica no es la mejor, sin embargo te permite programar para Facebook, Twitter y más redes sociales. No tiene tantas opciones como las herramientas anteriores.

8. Socialoomph: La versión gratuita solo te permite automatizar las publicaciones en Twitter. Sin embargo, la versión profesional es muy usada por los profesionales para manejar varias redes sociales y tener acceso a datos e información importante.

9. Schedugram: Te permite automatizar publicaciones solo en Instagram.
   Te cobra dependiendo del número de cuentas y de la cantidad de seguidores, pero es muy útil si tu marca se destaca principalmente en Instagram.

Todas estas herramientas te ahorraran mucho tiempo en el manejo y la gestión de las redes sociales.

Recuerda que no se trata de abandonar tus redes sociales, sino más bien buscar ayuda en algunas tareas rutinarias sin perder el toque personal que debe tener tu marca.

Tomate tu tiempo e investiga a profundidad todas las herramientas. Escoge la que más se ajuste a tus necesidades particulares y comienza hoy mismo a liberar algo de tu tiempo.

RESUMEN DEL CAPITULO:

-Aprende a automatizar todas las tareas rutinarias al mismo tiempo que conservas tu toque personal en las redes sociales. Ese es el reto que enfrentas.

-Automatizar no quiere decir que debas desaparecer de tus redes sociales.

-No conviertas tu marca y tus redes sociales en la voz de un robot.

-Sin importar lo que pase, ¡siempre se la marca más sociable de todas las redes!

-Analiza detenidamente que herramienta se ajusta mejor para tu marca y tu caso particular.

PARTE 3

Como convertirse en un influencer

"Branding no tiene que ver con el slogan o logotipo, tiene que ver con tu personalidad. Tiene que ver c*on quien tu eres".*

–Mirna Bard.

En el mundo hay dos clases de personas:

Los que saben influir y los que no.

Los que obtienen lo que quieren y los que no.

Los ganadores y los perdedores.

Los que cuentan dinero y los que cuentan excusas.

Los que venden y los que se venden.

Los que vienen a llorar y los que vienen a vender pañuelos.

¿Qué clase de persona eres tú?

Son muchas formas de referirse a lo mismo.

La verdad es que aprender a persuadir a los demás y salirse con la tuya en la vida es una habilidad básica.

Esto va más allá de las redes sociales:

¿Cómo vas a conseguir casarte con esa persona si no sabes influir en ella?

¿Cómo vas a conseguir ese financiamiento si no sabes influir?

¿Cómo vas a tener éxito en los negocios si no sabes influir a tus socios, proveedores, clientes y empleados?

¿Cómo vas a educar a tus hijos si no sabes influir en su decisión de estudiar, alimentarse bien, hacer ejercicio y tener una vida saludable?

¡Todo el tiempo estamos o influyendo o siendo influidos!

Este libro en realidad trata sobre el arte de influir. No vas a conseguir seguidores si no sabes influir. No vas a conseguir ventas si no sabes influir. No vas a conseguir la atención de las personas si no sabes influir. Si no sabes influir, no te servirá de nada tener redes sociales. Incluso aunque tengas miles de seguidores en redes sociales, no te servirá de nada si no sabes influir en ellos para que tomen alguna acción en específica. Instagram y Facebook están llenos de perfiles de empresas con miles de seguidores que no tienen ni idea de cómo hacer que tomen acción sobre un tema en particular. Es penoso. Dedicaron todos sus esfuerzos en ver cómo podían conseguir seguidores, y una vez que los tienen, ¡no saben qué hacer con ellos!

Si aplicas fielmente lo que has aprendido hasta ahora, eso no te sucederá a ti ni a tu marca jamás.

En los siguientes capítulos te enseñare como influir en los demás en un mundo tan sobrecargado de información como el de hoy, y como ganar miles y miles de seguidores a través de varios métodos que utilice personalmente en mis cuentas.

Estos métodos son los que me permitieron convertirme en un influencer, y te prometo que harán lo mismo contigo.

Capítulo 1

El mundo le pertenece a los que saben influir.

"No es el alcance, es la influencia".

–Santiago R.T.

El mundo de las redes sociales se divide en dos:

1. Aquellos que saben influir en los demás.
2. El 99% restante.

Un influencer es una persona que es capaz de movilizar e influir en la toma de decisiones de las personas que conforman su comunidad de seguidores.

Un influencer no se mide únicamente con la cantidad de seguidores que tiene una marca o persona, sino con el nivel de engagement, es decir, la auténtica capacidad de movilizar e influir sobre un grupo determinado.

Existen muchísimas cuentas en Instagram con muchos seguidores, pero que simplemente no tienen un nivel alto de engagement que genere una conversión de cualquier tipo o una interacción.

Ten mucho cuidado: alcance no es igual a influenciar.

Son pocos los que realmente pueden ser considerados influencers.

¿Cómo saber si alguien es un influencer? Si esa persona es capaz de hacer que las personas reaccionen o pasen a la acción sobre algún tema en particular, es considerada un influencer.

Entre más publico posea que actué de esta manera, más elevado será su nivel de influencer.

En esta parte del libro te daré algunas estrategias y consejos para que implementes en tu camino a convertirte en un gran influencer.

Son los mismos consejos y estrategias que seguí para conseguir más de 100,000 seguidores en menos de 6 meses con mis dos marcas.

¿Por qué nuestras marcas son influencers? Porque tienen el poder de hacer que las personas de nuestra comunidad pasen a la acción con respecto a un tema en particular. Tenemos el poder de influir.

Por ejemplo, cuando comenzamos a vender nuestros productos digitales, tuvimos mucha demanda de los mismos y las personas lo estaban comprando desde todas partes del mundo.

Cuando lanzamos nuestro blog y comenzamos a compartir contenido educativo, las personas ingresaron por montones y nos compartieron sus opiniones.

Cuando anunciamos que íbamos a compartir nuestros libros favoritos de educación financiera por nuestra nueva cuenta de Snapchat, miles

de personas nos agregaron y comenzaron a formar parte de esta nueva comunidad.

Cuando le ofrecimos a la gente la oportunidad de recibir descuentos de nuestros productos a cambio de brindarnos sus correos, recolectamos casi 3,000 correos en dos días, sin invertir nada de dinero.

Este alto nivel de engagement y esta cantidad de público que obtuvimos lo logramos en menos de seis meses, invirtiendo menos de $300 dolares en total.

Si eres fiel a los capítulos anteriores y te tomas el tiempo en implementarlos, tú también experimentaras resultados similares.

El objetivo de un influencer no es lograr una gran comunidad, sino influenciar en todas las personas posibles.

Es posible ser un influencer más reconocido teniendo 10,000 seguidores si eres capaz de movilizar a esas personas hacia acciones concretas, que alguien con 100,000 seguidores que no tiene un alto nivel de engagement y no es capaz de generar ningún tipo de conversiones con ese público.

Quiero dejar algo claro: un influenciador no manipula a su público negativamente. Jamás. No se trata de prácticas psicológicas oscuras que debes usar para tu propio beneficio. Se trata de influir en ellos en acciones que les resulten positivas y les ayuden en sus vidas. Se trata de generar un cambio. Se trata de prestar un servicio. Se trata de ofrecer un producto que ayudará a la persona en cuestión. Se trata de brindar tu ayuda desinteresadamente. Se trata de compartir lo que tienes para decir a través de tu contenido.

Si una persona influye negativamente en las personas para su propio beneficio, con el tiempo se expondrá y las personas lo notaran. Todos en el fondo sabemos cuándo alguien nos está perjudicando con la fachada de que nos está ayudando.

Por ejemplo, cuando nosotros obtuvimos los resultados de los que te hablaba anteriormente, lo logramos porque sabíamos que era justo lo que las personas necesitaban. Promocionamos nuestros productos y servicios porque sabíamos que por un precio insignificante (menos de $20 dolares), las personas iban a recibir ese conocimiento, esa asesoría y esa ayuda que tanto estaban buscando. Incluso aunque hubiéramos cobrado $200 dolares, sabíamos que no sería nada comparado con lo que aprenderían.

Nuestras intenciones en todo momento fueron sinceras. En todo momento se buscó brindarle lo mejor a cada persona. Incluso aquellos que no nos compran nada nos preguntan todo tipo de cosas por mensajes directos, correos o WhatsApp y en todo momento les respondemos y nos alegra saber que estamos ayudando.

Nos alegra saber que estamos creando vínculos emocionales con las personas.

Una simple transacción de dinero es algo vacío, hueco. No tiene un valor real.

Ayudar a alguien que nunca tendrá forma de pagarte, eso es a lo que me refiero.

El día en que solo me interesen las personas que me compran, dejare de ser un auténtico influencer. Ese día morirá mi negocio.

Se trata de influir para ayudar a los demás.

Un influencer legítimo debe poseer las siguientes características:

1. Confianza: Debes poder transmitirle confianza y seguridad a todos tus seguidores en redes sociales. Si las personas no confían en ti, no podrás influir sobre sus acciones.

   Las personas hoy en día son cada vez más abiertas a comunicarse y expresar sus emociones, experiencias y

testimonios en redes sociales. Esta interacción es importantísima para todo influencer, pero solo la conseguirás si te perfilas como alguien de confianza.

Las personas necesitan confiar en ti para así seguirte o suscribirse a tus redes sociales.

Las personas necesitan confiar en ti para comprarte algo.
Si no logras vender nada, nunca será por falta de dinero ni nada por el estilo. Esos son simples excusas que las personas inventan para no decir lo que de verdad está pasando detrás del escenario.
Si yo no te compro es porque no confió en ti.
Si no hago negocios contigo es porque no confió en ti.
Si no te sigo en redes sociales es porque no confió en ti.
Punto.

Piénsalo: Si de verdad confiara en que lo que tienes para ofrecerme me resultara invaluable, ¿crees que no lo compraría de inmediato? ¿Crees que no iría a un banco de ser necesario a hipotecar mi casa si confiara en que lo que tienes para ofrecerme me solucionara mis problemas?

Todo en esta vida es un proceso de influir en los demás, y para eso se necesita confianza.
Si a un usuario le gusta lo que compartes y le gusta tu marca, te comenzara a seguir de inmediato. Te escribirá frecuentemente y querrá saber todo lo posible sobre ti y tus productos. Se endeudara de ser necesario y hará todo lo posible por tener tus productos porque CONFIA EN TI.

¿Cómo generar esa confianza?
Comparte lo que sientes en tu contenido.
Interactúa constantemente con los demás.
Ayuda a todas las personas desinteresadamente.

Se transparente con la información que compartes.
Reconoce cuando te equivocas y cuando no estés seguro de algo, admítelo.

Da, da, da, da, da, da… y luego da un poco más.
En las redes sociales se trata es de dar, no de recibir. Si das desinteresadamente, comenzaras a recibir porque las personas se sentirán en la obligación de darte.

Cuando estábamos comenzando con nuestras cuentas, unas preguntas que me hacían a menudo eran:

"¿Qué ganas con esto? ¿Por qué lo haces? ¿Qué bene ficios obtienes?" "Nadie se toma el tiempo de compartir tan valiosa información, y menos de forma gratuita, ¿por qué insistes en enseñarnos?"

"No obtengo nada de dinero por esto, pero los beneficios son enormes. Tan grandes, que no se pueden medir en din ero", les respondía.

Todas las personas que hayan hecho algo por alguien desinteresadamente, que hayan ayudado a alguien que no podía ayudarlos de vuelta, saben de qué estoy hablando.

Luego de meses y meses de generar confianza, de ayudar desinteresadamente, de compartir el mejor contenido, llego el día en el que sin darme cuenta, tenía a miles y miles de personas listas para comprarme todo lo que tenía para ofrecer.

No tuve que gastar mucho dinero en la campaña de marketing ni en publicidad, ¡ya todos estaban convencidos de que querían comprarme mucho antes de que les dijera siquiera lo que tenía para vender!

Esto es lo que sucede cuando te ganas la confianza de las demás personas a través de actos desinteresados.

2. <u>Comunicación:</u> Los influencers deben comunicarse todos los días, a toda hora.
   A través de mensajes, contenido o publicidad, un influencer debe saber comunicarse efectivamente para mejorar el reconocimiento de su marca.

   Si una persona no sabe comunicarse, va a ser difícil que alguien le preste atención a su contenido.
   Una buena comunicación hará que los usuarios se sientan más interesados con el contenido que se comparte.

   Comunicarse de forma efectiva es un arte que se debe estudiar toda la vida. En los negocios como en el día a día es imprescindible saber comunicarse con todo tipo de personas.

   Cuando sepas comunicarte con tu público, reconociendo que es lo que le interesa y hablándole de eso, tendrás su atención por completo. Ese es el reto de todo influencer.

3. <u>Conocimiento:</u> Para que las personas confíen en ti y puedas comunicarte bien con ellas, debes tener mucho conocimiento sobre el tema de tu marca y el contenido que compartes.

   Si yo hubiera creado una cuenta de política o de moda, hubiera sido un completo desastre.

   Nuestras cuentas tuvieron éxito porque el contenido que compartimos lo manejamos a la perfección. Si bien nunca lo

sabremos todo y cada día estamos aprendiendo cosas nuevas, manejamos lo suficientemente bien el tema de la educación financiera, la inversión y los bienes raíces como para compartir nuestros conocimientos con un público determinado.

¿Por qué estás leyendo esto? Porque lo compraste.
¿Por qué lo compraste? Porque sabes que tenemos conocimientos en estos temas.
Como sabes que tenemos conocimientos en estos temas, confías en nosotros.
Todas estas características están interconectadas.
Una no funciona sin la otra.

Es un hecho: las personas buscan un modelo a seguir.

Las personas van a una determinada iglesia porque buscan un modelo a seguir. Las personas siguen a un cantante porque quieren un modelo a seguir. Las personas apoyan a un equipo de futbol porque son un modelo a seguir. Las personas votan por cierto candidato porque esperan que sea un modelo a seguir.

Las personas buscan por todos lados alguien a quien seguir. Necesitan encontrar alguien que las guíe y las ayude a tomar las decisiones en su vida.
Necesitan alguien que les indique cual es el camino correcto.
Un influencer se encarga de esto.
Tú debes asumir esta tarea y ser un líder en tu campo para todas estas personas.
Para que las personas te sigan debes demostrar que sabes hacia dónde vas. Debes demostrar que conoces lo suficientemente bien el tema como para que los demás confíen ciegamente en tu juicio.

Tienes un deber moral como influencer con tu público. No puedes defraudarlo. Debes mantenerte actualizado para siempre

brindarles el material más relevante y más fresco posible. Es tu responsabilidad.
Si fracasas, buscaran otro modelo a seguir.
Si fracasas, terminaras quedándote en el olvido.

4. Reciprocidad: No puedes esperar que las personas te quieran si tú no las quieres.
No puedes esperar que las personas interactúen contigo, si tú no interactúas con ellas.
No puedes esperar que las personas te den su dinero, si tú no les das lo mejor de ti a cambio.
No es posible recibir algo a cambio de nada. Al menos en este mundo, no. Las cosas no funcionan así. Ese no es el orden en el universo.

Antes de que las personas me siguieran y me compraran mis productos, tuve que hablar con miles y miles de ellas desinteresadamente y ayudarles en todo.

Antes de que las personas me siguieran y me compraran mis productos, tuve que crear el mejor contenido de todos.

Antes de que las personas me siguieran y me compraran mis productos, tuve que ponerme en su lugar y ver cómo podía crear algo que solucionara sus problemas.

Antes de recibir algo a cambio, tuve que darles 10 veces más de lo que eventualmente recibí.

Así es como funcionan las cosas en este mundo. Las personas que son pobres, ya sea en dinero, amor, amistad, felicidad o salud, es porque no dan algo a cambio.
Si no recibes amor es porque no le estas dando amor a los demás.

Si no tienes amigos es porque no estas siendo amistoso con las personas.
Si no eres feliz es porque no estas ayudando a alguien más a ser feliz.
Si no tienes salud es porque no le estas dando a tu cuerpo la alimentación y el ejercicio que se merece.

Funciona lo mismo con las redes sociales.
Recibes lo que das. Ni más ni menos.

Escucha lo que tus seguidores tienen para decir. Pregúntales que temas les gustaría que trataras. Pídeles su opinión sobre algo en particular. Averigua que contenido es el que más desean. ¿Quién sabe mejor que ellos lo que ellos mismos necesitan?
Los seguidores realmente valoraran esto. Sabrán que de verdad te preocupas por ellos y te interesan genuinamente.

5. Conexión: Los auténticos influencers buscan crear un vínculo emocional con sus seguidores. Buscan hacerlos sentir que no están solos en la vida.

   Con nuestras cuentas, buscamos siempre esta conexión desde el primer día.
   Las personas que buscan otro tipo de educación, que buscan otra forma de vivir, que buscan tomar el solitario camino del emprendimiento, que buscan invertir como pocos lo hacen, que buscan vivir de forma diferente a la mayoría, todas estas personas encontraron con nosotros algo que nadie más les dio.
   Les dimos esa sensación de que no están solos, de que no están locos. Puede que no sea algo tangible, pero no tiene precio.

   Todos los días nos escriben diciéndonos que nuestro contenido los hace seguir adelante y los motiva día a día.

Mientras sus padres, amigos, familiares y maestros los desaniman, en nosotros encuentran un refugio donde pueden ser ellos mismos y soñar sueños diferentes.

A mi modo de ver las cosas, este vínculo es lo que debe buscar cada marca. No los beneficios a corto plazo, o los “Me gusta”, o los seguidores. Esas cosas no tienen un valor real y pueden verse deterioradas con el tiempo.

Tener un vínculo emocional con alguien, tiene un valor inconmensurable que sobrevivirá al paso del tiempo.

6. Consistencia: Para que seas siempre un influencer debes hacer todas las acciones mencionadas anteriormente, ¡todos los días!
Debe ser una forma de vivir para ti. Si sientes que es mucho trabajo, es porque no lo estás haciendo de corazón.
En el momento en que sea algo normal en tu vida, podrás decir sin ninguna duda de que eres un influencer.

   Publica contenido todos los días.
   Responde mensajes todos los días.
   Atiende a los comentarios en las fotos todos los días.
   Busca formas de reforzar el vínculo emocional todos los días.

   Las personas sabrán que tu marca es especial. Sabrán que eres diferente y te lo harán saber.

Sin duda alguna no es fácil ser un influencer, pero las recompensas serán invaluables.

Los tesoros que les esperan a las personas que saben influir positivamente a los demás van más allá del dinero.

RESUMEN DEL CAPITULO:

-Influencer: Persona capaz de movilizar una acción dentro de un determinado grupo de personas.

-Un influencer no se mide por el alcance, se mide por la influencia que puede generar.

-Alcance no es igual a influenciar.

-Un influenciador no influye en su público negativamente. Jamás. Todas sus acciones deben estar orientadas en ayudar y añadir valor en la vida de las personas.

-Si las personas no confían en ti, no podrás influir sobre ellas.

-Todo en esta vida es un proceso de influir en los demás.

-Un influencer debe saber comunicarse ya que se está comunicando todos los días, a toda hora, este consciente de ello o no.

-Las personas buscan un modelo a seguir. Asegúrate que seas tú.

-Los auténticos influencers buscan crear un vínculo emocional con sus seguidores.

-Bríndales un refugio donde pueda expresarse libremente y ser ellos mismos.

Capítulo 2

Como aumentar tus seguidores.

"Lo que ocurre en Las Vegas se queda en Las Vegas. Lo que ocurre en redes sociales se queda en Google para siempre".

–Jure Klepic

Primero dejemos algo claro: No se trata de la cantidad de seguidores, se trata de la calidad de seguidores.

Aunque si quieres ser el mejor, debes incluir las dos: calidad y cantidad. Solo asegúrate que esa cantidad sea tu público objetivo.

En capítulos anteriores te mostré la importancia de segmentar bien a tu público y diseñar varios perfiles de las personas que esperas sean tus clientes para conocerlas detenidamente. En este capítulo parto del principio de que ya segmentaste tu público y ya conoces los perfiles de quienes esperas sean tus clientes potenciales y futuros seguidores de tus cuentas en redes sociales.

Los seguidores que buscamos deben poseer las siguientes características:

-Deben ser activos.

-Deben interactuar, ya sea dando un “Me gusta”, etiquetando a un amigo o comentando en alguna publicación.

-Deben tener intereses afines a la marca o negocio.

-Deben tener el potencial de convertirse en un cliente en un futuro próximo.

Estas son algunas ventajas de tener seguidores segmentados de calidad:

-Los seguidores de calidad atraen a más seguidores de calidad. Cómo interactúan constantemente con nuestras publicaciones, las vuelven populares y llaman la atención de más personas afines.

-Nos aseguraremos de que los seguidores realmente pongan atención en el contenido que publicamos. De esta forma el contenido será compartido más veces y tendrá un mayor alcance.

-Las ventas aumentaran. La conversión de seguidores a clientes será mucho mayor porque habrán más personas con intereses similares a la cuenta.

Cuando los productos y servicios encajan perfectamente con el público objetivo, vender se vuelve más fácil.

Ahora que sabes porque es importante tener seguidores se calidad, enfoquémonos en sumarle a esa ecuación la cantidad. Comencemos a hablar del crecimiento del público objetivo.

Con respecto al crecimiento en redes sociales, existen tres tipos:

1. Crecimiento provocado: Puede darse de las siguientes formas:

    1.1. Colaborando con otra cuenta relacionada que comparta tus mismos valores y tú mismo contenido.
    1.2. Comentar inteligentemente en publicaciones de personas interesadas.
    1.3. Usar etiquetas estratégicas de perfiles relacionados.

2. Crecimiento orgánico: Puede darse de las siguientes formas:

    2.1. Creciendo naturalmente. En este caso, el público comparte el contenido, lo comentan y lo mencionan voluntariamente. Es clave tener contenido de valor para que se logre dar este tipo de crecimiento.
    2.2. Usar hashtags estratégicos. Los hashtags deben llegarle al público objetivo. Deben estar relacionados con la marca y que tengan bastantes publicaciones, es decir, que sean conocidos.
    2.3. Usa un hashtag personalizado con el nombre de tu empresa o marca. Recuerda que todos los hashtags debes ponerlos en el pie de foto y organizarlos de tal forma que no se combinen con el contenido que buscas compartir.

3. Crecimiento pago: Puede darse de las siguientes formas:

    3.1. Publicidad en Facebook Ads. Facebook cuenta con un tutorial que te guiara paso a paso.
    3.2. Publicidad en Instagram Ads.
    3.3. Publicidad en perfiles de gran alcance, que se relacionen con tu marca y estén bien segmentados.

A continuación te mostrare algunos secretos para obtener un gran número de seguidores en poco tiempo. Estos son los mismos métodos que yo utilice de forma gratuita. Más adelante te mostrare otros métodos muy poderosos para ganar miles de seguidores al día, invirtiendo alrededor de $300 dolares.

Secreto #1: Analiza los seguidores de tu competencia.

Recuerda haber establecido correctamente los criterios de segmentación.

Una vez que sepas quienes son tus seguidores y quien es tu competencia en redes sociales, comienza a seguir a estas personas y a comentarles en las fotos o darles “Me gusta”.

Debes estar seguro de que estas cuentas que denominas “tu competencia” tengan un contenido similar al tuyo.

De esta forma, al seguir a estas personas previamente segmentadas, tu comunidad ira creciendo con personas realmente interesadas en tu marca y tu contenido.

Para que no sigas a cuentas falsas, ten presente lo siguiente:

1. Asegúrate de que los perfiles que sigas tengan buena ortografía y una biografía organizada.
2. Si la persona que estas a punto de seguir tiene muy pocos seguidores y no la sigue mucha gente, no la sigas. Puede ser una cuenta falsa o inactiva que no te servirá de nada.
3. Revisa también cuantas publicaciones comparte y con qué frecuencia. Si no es alguien activo, es mejor que no establezcas contacto con esa persona. Lo que buscas es interacción y personas activas.

Secreto #2: Comparte un contenido que cree un vínculo emocional con las personas afines al tema.

Si sigues a las personas y estas les dan curiosidad y van a visitar tus perfiles en redes sociales, ¡asegúrate que encuentren el mejor contenido de sus vidas! Haz todo lo posible, con tu contenido, de que no quieran abandonar tu cuenta.

No me cansare de repetirlo: en redes sociales, el contenido lo es todo. Si tu contenido es único y conmovedor, las personas te seguirán. Las personas que te sigan van a interactuar contigo, le hablaran a otras personas sobre ti y tendrás toda su atención.

En bienes raíces, el grito de guerra es: "Ubicación, ubicación, ubicación".

En redes sociales, el grito de guerra es: "Contenido, contenido, contenido".

Secreto #3: Da de que hablar.

Se polémico, pero con argumentos. No compartas el mismo contenido tibio que todas las demás cuentas. ¡Haz todo lo que este a tu alcance por destacar de los demás!

Comparte contenido que genere debate.

Comparte contenido que invite a las personas a participar.

Comparte contenido donde al final le preguntes algo a tu público.

Lanza concursos.

Realiza encuestas sobre temas que le interesen a tus seguidores.

Conversa con tus seguidores y da tu opinión sin miedo.

Aplicando estas estrategias que parecen simples te volverás más popular y cada vez más personas comenzaran a prestarte más atención y a seguirte en redes sociales.

Secreto #4: Sigue solo a tu público objetivo.

No hay que seguir por seguir.

No se trata de "sígueme y te sigo".

Eso es ridículo.

A menos de que sea "sígueme, interactúa conmigo, cómprame mis productos y te sigo", no hagas jamás esas estupideces.

Tienes que permitir que tu comunidad crezca de manera natural. No la impulses artificialmente a crecer con personas que no te interesan.

Sé paciente y confía en el proceso.

Recuerda que me tomo 3 meses conseguir 10,000 seguidores, pero solo 2 meses conseguir el resto de mis más de 80,000 seguidores actuales. Luego, con este público, obtuve más de $50,000 dolares en seis meses. Todo fue gracias a que sabía quién era mi público objetivo y me enfocaba en él.

Secreto #5: Busca relacionarte con los influencers de tu sector.

Nunca olvides que las redes sociales son un espacio interactivo y lleno de vida, donde puedes conversar, relacionarte e intercambiar ideas y favores con cualquier persona desde cualquier parte del mundo.

Una estrategia efectiva es reconocer quienes son los influencers que transmiten los mismos valores que busca tu marca. Acércate a esta persona. Coméntale en sus publicaciones. Comparte su contenido y recomiéndasela a todas las personas posibles. Primero piensa en la

forma en la que puedes ayudarle desinteresadamente. Quizás en un futuro esta persona pueda ayudarte a crecer y a llegarle a tu público objetivo.

Se natural, ponte en el lugar de esta persona y piensa como puedes ayudarlo tú. No esperes jamás recibir algo a cambio de nada.

Recuerda que si ayudas a las personas lo suficiente, ellas te ayudaran de vuelta.

Secreto #6: Estudia a tus seguidores con las estadísticas de cada red social.

Mide, analiza y parametriza a tus seguidores en redes sociales.

Las redes sociales más importantes nos proporcionan datos o métricas de vital importancia para estudiar la interacción de nuestros seguidores, su geolocalización, el contenido más popular y el alcance que estas obteniendo.

Aprende a tomar decisiones de toda clase basándote en estos datos. Serán una buena forma de saber si estas yendo en la dirección deseada.

Antes de lanzar nuestros productos, lanzamos varias encuestas donde mediamos el interés real de la gente. Es menos arriesgado lanzar un producto y te ahorras mucho tiempo si simplemente antes de diseñarlo le preguntas a las personas si lo comprarían. Es simple sentido común.

Secreto #7: Asóciate con marcas que estén comenzando y sean afines a tus objetivos.

En la escuela, tienes que presentar los exámenes por tu cuenta y vencer de cualquier manera a tus compañeros de clase.

Las personas que conseguían esto eran consideradas inteligentes.

En el mundo real, este comportamiento es estúpido.

No se trata de competir, se trata de colaborar. Asóciate con marcas que compartan tus mismos valores y colaboren entre sí para crecer. Comenten en las fotos del otro. Recomienden la cuenta del otro. Hagan lo necesario para tener éxito por igual. Debe ser una relación donde ambas partes ganen. Bajo ninguna circunstancia debes aprovecharte del otro. Es tu nombre el que está en juego.

RESUMEN DEL CAPITULO:

-Analiza los seguidores de tu competencia.

-Comparte un contenido que cree un vínculo personal con tu público.

-Da de que hablar. Date a conocer a cualquier precio.

-Sigue solo a tu público objetivo.

-Relaciónate con los influencers de tu sector. Ayúdales sin esperar nada a cambio.

-Usa las estadísticas que te proporciona cada red social para tomar decisiones y gestionar tu contenido.

-Busca aliados estratégicos y cooperen mutuamente.

Capítulo 3

Guía rápida para comenzar a ganar seguidores.

"En las redes sociales no vendes, enamoras".

–Octavio Regalado

Este será un capitulo breve donde te contare una estrategia que en su momento me ayudo a ganar más de 400 seguidores al día, de forma gratuita.

Es la forma en la que te recomiendo comenzar si vas a empezar tu marca desde cero.

No te costara ni un dólar. Pero si te costara disciplina y perseverancia.

Si eres serio en cuanto a ganar ingresos pasivos por redes sociales y a tener una cuenta con miles de seguidores, no tendrás problemas.

La estrategia la llamaremos “darte a conocer”, y se desarrolla de la siguiente manera:

1. Sigue a más de 900 personas a diario pero menos de 1,000. Si excedes este límite, Instagram puede bloquear tu cuenta por algún tiempo.

   Recuerda que solo puedes seguir a personas relacionadas con tu marca e interesados en tu contenido.
   Debes encontrarlas en las cuentas de la competencia.

   Aunque no debes seguir a todas. Sigue solo a aquellas que tengan el perfil privado, foto de perfil y una biografía clara. A las cuentas públicas no las sigas ya que en ocasiones, como no tienen que aceptarte, no se dan cuenta que los seguiste y no ingresaran a tu perfil a seguirte, que es lo que buscas.
   Cuando sigues a una cuenta con perfil privado, esa persona tiene que hacer alguna acción. Ya sea rechazarte o aceptarte, estará obligada a hacer algo, y así tendrás más posibilidades de que te entre a tu perfil para saber quién eres y te siga.

   Con las personas de tu público objetivo que encuentres en esa cuenta de tu competencia que tengan el perfil público, la estrategia será comentarles algo en la última foto. Puede ser cualquier cosa, desde que no sea spam y sea amigable y sincero. Un cumplido o una alabanza por la buena publicación estarían bien.
   Además de comentarles, también dales un “Me gusta” para que sea más efectiva la interacción.

   Te aseguro que las personas entraran en tu perfil por montones. Para que te sigan, deben encontrar el mejor contenido de todos. Asegúrate de dárselos.

2. De seguido, Instagram no te deja seguir a más de 200 personas. Respeta este límite ya que podrían bloquearte por un tiempo.

Siempre asegúrate de que las personas a las que sigas sean personas con intereses afines a los de tu marca o empresa y se identifiquen con tu contenido.

3. Instagram no te permite seguir a más de 7,500 usuarios.
   Puedes hacer dos cosas:

   La primera es llegar a esta cifra, y una vez alcanzado el límite, hacer una pausa por una o dos semanas donde dejes de seguir. Dejar de seguir es lo mismo que seguir, ya que si dejas de seguir a muchos usuarios al tiempo el algoritmo lo detectara y te bloqueara. Dejes tomarte tu tiempo.

   Lo segundo que puedes hacer es dejar de seguir usuarios todos los días. Esto solo es efectivo si sigues únicamente a personas con perfiles privados. Los usuarios con perfiles privado que te acepten ya habrán tomado la decisión de si seguirte o no, por lo que puedes dejar de seguirlos sin problema.
   Esto sería contraproducente si siguieras a todo tipo de usuarios, tanto con perfiles públicos como con perfiles privados. Solo aplica si sigues estos consejos y te dedicas a seguir exclusivamente a perfiles privados.
   De esta forma, no se te acumularan seguidores y no tendrás que hacer una pausa para evacuar seguidores.
   Es mucho más efectiva esta segunda forma, aunque requiere más disciplina.

   Depende de ti. Depende de que tan comprometido estés. Depende de si de verdad quieres ganas $50,000 dolares o más en menos de 6 meses.
   Depende de si de verdad quieres ser un influencer con más de 100,000 seguidores en menos de seis meses.

   Es tu decisión comprometerte por completo o no.

Esta es la estrategia que me sirvió para cuando no tenía mucho público y me ayudo a obtener más de 400 seguidores al día. Fue efectiva y estoy seguro que te servirá mucho a ti en tus comienzos si estas comprometido.

Si comienzas a darte excusas de que no tienes tiempo o es mucho trabajo, recuerda: no puedes depositar excusas en el banco.

Te daré algunos tips extra para que tengas en cuenta a la hora de empezar:

1. Conéctate con tu cuenta de Facebook.
2. Busca hashtags populares de tu nicho.
3. Siempre pon la ubicación en todas tus publicaciones.
4. Nunca compres seguidores. Y cuando digo nunca me refiero a nunca.

Recuerda que no lo sabrás todo y que cometerás muchos errores. El principio siempre es frustrante, y no se limita solo a redes sociales. Todo al principio cuesta, y mucho. Solo sigue adelante. Aquí es donde se pondrá a prueba tu verdadero compromiso con crear una gran comunidad y generar fuentes de ingresos pasivos.

Al final, si estas comprometido tendrás éxito. Yo no sabía nada de lo que ahora tú sabes al leer este libro, y sin embargo, tuve éxito. ¡Imagínate el éxito que tendrás tú si sigues los consejos de este libro paso a paso!

Un comentario final: Haz una promesa contigo mismo. Aquí y ahora. Prométete que jamás renunciaras hasta que tengas éxito. Cuando estés a punto de renunciar, espera un día más. Renuncia mañana. Siempre puedes renunciar y darte por vencido, así que, ¿por qué hacerlo ahora?

¿Por qué rendirte ya? Espera un día más. Renuncia mañana. Hoy no. Hoy sigue adelante.

Un día miraras atrás y contemplaras tus redes sociales con miles y miles de seguidores con ganas de comprar tus productos.

Un día te levantaras y descubrirás que ganaste dinero mientras dormías, a diferencia del resto de las personas que se levantan temprano y van a un empleo horrible a trabajar duro a cambio de dinero.

Un día todo valdrá la pena.

Se fiel al proceso.

Sé que es duro. Se supone que sea duro. Así tiene que ser. Si fuera fácil, no valdría la pena. Si cualquiera puede tener lo que quiero, entonces ya no lo quiero. Si cualquiera puede tener a esa mujer que me interesa, entonces ya no me interesa. ¿Qué sentido tiene ir por lo fácil? Siempre recuerda: en lo fácil hay fila. Existe mucha competencia por conseguir metas y sueños fáciles y "realistas". Es más fácil ganar por goleada en un mundo donde la mayoría quiere empatar. Una vez que se alcanza un objetivo fácil, no proporciona alegría alguna. No vale la pena ni siquiera establecer objetivos fáciles. Ese no es el punto. Puedes tener una vida mediocre y normal sin establecer objetivos para ello.

Si estás leyendo este libro es porque estas soñando a lo grande. Lo sé porque alguien que busca el camino fácil jamás se tomaría el tiempo para leer un libro de estos.

Tú no eres esa persona. Recuerda eso cada vez que estés a punto de rendirte.

Recuerda porque estás haciendo lo que haces.

RESUMEN DEL CAPITULO:

-Sigue a más de 900 personas al día. Asegúrate de solo seguir a personas que pertenezcan a tu segmento y que tengan el perfil privado.

-Comenta en las publicaciones de tu público objetivo y dale “Me gusta”. Así te aseguraras de tener una interacción más efectiva.

-No sigas a más de 200 usuarios de seguido y tomate un tiempo de algunas horas antes de volver a hacerlo.

-Solo puedes seguir a 7,500 usuarios en Instagram. Decide qué estrategia usar para que esto no sea un inconveniente.

-No renuncies hoy, renuncia mañana. Repite esto todos los días.

-Se fiel el proceso. El proceso recompensa solo a aquellos que son fieles y se mantienen firmes.

-Comprométete con el éxito. Si consideras al éxito como una opción, jamás lo tendrás.

PARTE 4

Como ganar dinero

“Si no encuentras una forma de ganar dinero mientras duermes, *trabajaras muy duro toda tu vida”.*

–Warren Buffett.

Ir a la escuela.

Conseguir un diploma.

Buscar un empleo.

Trabajar duro.

Invertir en un plan de pensión.

Retirarse a los 70 años.

Esta es la fórmula que siguen las personas para ganar dinero. Esta es la única forma para ganar dinero que enseñan las escuelas.

Después las personas se preguntan porque no son ricas y se quejan de la desigualdad tan grande que existe entre los ricos y todos los demás.

Todo el problema empieza en las escuelas. Es el epicentro de la crisis actual. La educación tradicional es la responsable de la brecha tan grande que existe. Si tan solo el sistema educativo enseñara educación financiera, como ganar ingresos pasivos y cómo funcionan los impuestos, la pobreza casi que desaparecería por completo. En lugar de eso, tenemos graduados universitarios de las mejores escuelas con las mejores calificaciones que necesitan un empleo para sobrevivir, y como los empleos están desapareciendo y mudándose al extranjero, no

son capaces de sobrevivir en el mundo real que no tiene nada que ver con el salón de clases.

La educación es un negocio excelente para todos, menos para los estudiantes.

La deuda estudiantil solo en Estados Unidos ha alcanzado la cifra de $1.4 billones. Así es, con “b”. Estamos presenciando como el gobierno y los bancos le roban el futuro a toda una generación frente a nuestros ojos.

Todo empieza con el lavado de cerebro del que son víctimas la mayoría de las personas:

Necesitas dinero para ir a la escuela.

Necesitas ir a la escuela para conseguir un diploma.

Necesitas conseguir un diploma para conseguir un empleo.

Necesitas un empleo para conseguir dinero.

Me pregunto quién fue la mente maestra detrás de este sistema.

Si el objetivo final es aprender a ganar dinero, ¿por qué no aprender desde el primer día a ganar dinero? ¿Por qué les enseñan a los niños materias que nunca en la vida usaran como algebra, química y filosofía? Solo unos pocos serán químicos, matemáticos y filósofos, ¡pero absolutamente todos vamos a usar dinero y a pagar impuestos! ¿Por qué no enseñar eso? ¿Cuál es el punto de tener una educación que nos enseñe a obedecer, pero no nos enseñe a pensar?

Arrojar a una persona al mundo real sin los conocimientos de cómo funcionan los impuestos, que es un estado financiero y como ganar ingresos pasivos, es como enviar a un soldado a la guerra sin armas.

Todos sabemos lo que le deparara a ese soldado en el campo de batalla.

Así mismo, las personas salen al mundo real y se enfrentan con los gigantes financieros totalmente desarmados. Por supuesto, el Monopolio del mundo real los destruye:

Compran una casa con un préstamo hipotecario y su efectivo fluye a los bancos por años.

Compran un carro y su efectivo fluye a la agencia de autos por años.

Consiguen un empleo y su efectivo fluye al gobierno en forma de impuestos sobre la renta por años. Si logran un aumento, el gobierno también lo logra.

Invierten en un plan de pensión y su efectivo fluye hacia las corporaciones que manejan estos fondos por años.

Invierten a largo plazo en la bolsa de valores y su efectivo fluye a los administradores de estos fondos por años.

Compran un seguro y su efectivo fluye a las compañías aseguradoras por años.

Como las personas aprendieron biología, saben cómo funciona la mitocondria. Pero como la escuela se niega a enseñarles a controlar su flujo de efectivo, pierden el juego real del dinero tan pronto abandonan el salón de clases.

¿Es que acaso nadie se da cuenta de que este sistema se quedó obsoleto hace mucho, mucho tiempo?

Los empleos son algo nuevo. Nacieron en la era industrial cuando gigantes industriales como Ford, Carnegie, Rockefeller y Morgan comenzaron a crear mega negocios.

Rockefeller fundo la Junta General de Educación en 1903, y lo hizo con el propósito de convertir a las personas en empleadas.

Su propósito era llevar a las personas de la era agraria a la era industrial. Lo logro.

¿Alguna vez habrá educación financiera en las escuelas? ¿Alguna vez las escuelas enseñaran como crear fuentes de ingresos pasivos? ¿Alguna vez habrá en las escuelas materias donde enseñen como volverse un empresario o inversionista legitimo?

Por supuesto que no.

Ese no es el propósito de la educación. El sistema educativo está en contra de que las personas se enriquezcan. Eso derrumbaría todo su negocio.

Siempre recuerda esto: La educación como la conocemos hoy en día fue diseñada para tomar a los pobres y convertirlos en parte de la clase media. Convertirlos en personas que trabajen para los ricos. Si tu intención es volverte rico, jamás aprenderás como hacerlo en el sistema educativo. Ese no es el propósito de la educación. El propósito de la educación es crear dos tipos de personas: empleados y soldados. Personas que se limiten a obedecer órdenes y trabajar para los ricos.

Seguir las mismas reglas de la era industrial en la era digital es un suicidio. Por eso es común encontrarse jóvenes de 17 años, sin un diploma, ganando millones todos los días gracias a internet, y adultos de más de 40 años con muchos postgrados y títulos universitarios, buscando un empleo que les pague por hora.

El mundo cambio. Aquellos que sigan la vieja fórmula para ganar dinero se quedaran rezagados en estos volátiles tiempos.

Pregúntate lo siguiente:

¿Te pagan por hora o ganas dinero las 24 horas al día, los 7 días a la semana, trabajes o no?

¿Tienes que desplazarte físicamente a un lugar todos los días para ganar dinero?

Si dejas de trabajar hoy, ¿sigues ganando dinero?

¿Tu celular y tu computador son pasivos o activos?

Escribe la respuesta a esas preguntas hoy, y en seis meses, luego de seguir las lecciones de este libro paso a paso, vuelve y responde las preguntas y luego compáralas. Te reirás cuando alguien te vuelva a aconsejar que busques un empleo seguro.

Todo lo anterior era para abrirte los ojos y hacerte entender que la educación financiera es la educación de la era digital.

En esta parte del libro te daré varias ideas para comenzar a ganar dinero usando internet y las redes sociales.

También te mostrare la estrategia que use para ganar $50,000 dolares invirtiendo tan solo $300 dolares.

No consideres que $50,000 sea mucho dinero. Si de verdad quieres ser rico, tienes que considerar que esa cantidad es tan solo una gota en un vaso de agua.

Si todo esto funciono conmigo, también lo hará contigo.

Ponlo a prueba. Además, ¿quién quiere pasarse 40 años en un cubículo haciendo un trabajo aburrido?

Si estás leyendo este libro, es porque no tienes intenciones de vender los mejores años de tu vida.

Acompáñame y diseñemos juntos un mejor plan.

Capítulo 1
Ideas millonarias.

"El dinero es solo una idea.

Si tu idea de dinero es trabajar duro, entonces eso será el dinero en tu vida.

Si tu idea de dinero es que esté debe trabajar duro para ti, entonces así será".

–Robert Kiyosaki

El dinero es tan solo una idea.

Para muchas personas la idea de dinero es ir a la escuela, conseguir un diploma, buscar un empleo, trabajar duro, ahorrar dinero y jubilarse a los 70 años.

Esta es una idea pobre que funcionaba en otra época, cuando habían empleos, los salarios eran altos y la pensión garantizada de por vida existía.

Hoy en día, esa idea murió.

Los empleos se mudan a oriente o a economías emergentes donde los trabajadores cobren menos y no estén organizados en sindicato.

Los salarios son bajos porque los empleados aumentan y aumentan. Es economía básica: como la oferta de empleados es altísima, la demanda disminuye, y por ende, los salarios son bajos.

La idea de que una empresa se encargue de tu futuro tan pronto tus días laborales han terminado se ha ido y nunca más volverá. Para que las empresas sobrevivan y puedan competir a escala global, necesitan eliminar su mayor pasivo de todos: las prestaciones a los empleados. Las personas tienen que aprender a valerse por ellas mismas hoy en día y generar ingresos pasivos que complementen los de su empleo. De otra forma, trabajaran muy duro toda la vida.

Debes tener un mejor plan para ganar dinero que el que tiene la mayoría.

Antes de mostrarte la forma que yo seguí para ganar dinero, te hablare en este capítulo de ideas que puedes implementar para ganar dinero sin que tengas que trabajar físicamente.

No profundizaremos en ninguna de estas formas. Sin embargo, si una te llama la atención, te invito a que la investigues y consideres implementarla.

1. <u>Vender productos cómo afiliado:</u> Se trata de vender los productos de otra persona o empresa y ganarse una comisión a cambio de esto. Es una forma muy eficiente si cuentas con una cuenta numerosa en redes sociales y no tienes ni idea de que vender y ofrecer. Por lo general estos productos son digitales, como Ebooks, folletos o cursos en línea.

   Esta es una de las formas más rentables de ganar dinero por internet. Muchas personas viven de esto. Puede asegurarte de

que funciona, siempre y cuando tengas un público objetivo que se interese genuinamente en los productos.

2. Gana dinero a través de blogs: Esta idea ha tomado mucha fuerza en el último tiempo y las personas la han comenzado a utilizar con más frecuencia.
   La idea es que sea un blog profesional, esto significa que debes comprar un hosting y un nombre único de dominio. WordPress es ideal para crear un sitio en minutos. Nuestro sitio web lo creamos utilizando esta plataforma. No requiere que tengas conocimientos previos ni que sepas nada de programación. En YouTube encontraras miles de tutoriales que te explicaran todo paso a paso.

   La forma de ganar dinero a través de un blog es que trates temas de mucho interés para un público segmentado y vendas espacios publicitarios a través de Google o promoción a productos de afiliado. Las redes sociales te impulsaran mucho en esta forma de ganar dinero ya que puedes redireccionar a las personas desde tu perfil hasta tu blog compartiendo el enlace para que las personas ingresen.

   Por supuesto, para que esto funcione, necesitas captar la atención de tu público con contenido valioso en tu blog para que se mantengan pendientes y generes mucho tráfico en el sitio.

3. Gana dinero a través de YouTube: YouTube es una de las redes sociales más poderosas del mundo. Tiene millones de visitantes al día y ha crecido muchísimo en el último tiempo.
   Si tienes un contenido de calidad que compartir y cuentas con muchos suscriptores en tu canal, puedes comenzar a generar ingresos a través de esta red social. Es la única que te paga por el tamaño de tu comunidad por concepto de publicidad.

Puedes ganar dinero de dos formas:

3.1. Conseguir clientes y venderles con un negocio ya establecido, redireccionandolos a un sitio web de comercio para que adquieran tus productos o servicios.

3.2. Registrándose en el programa de pago por publicidad. Cada vez que la gente hace clic en la publicidad mostrada, recibes algo de dinero. Esta es la forma conocida como "pago por clic".

Para que YouTube funcione, volvemos a lo mismo: Necesitas tener el mejor contenido de todos, y ser muy paciente. No va suceder de la noche a la mañana. Aunque en un tiempo, no es loco pensar que puedas generar alrededor de $50,000 o $80,000 al año. Solo sucederá si tienes algo valioso que compartir en cada video.

Un canal de YouTube es el mejor empleado que existe: Trabaja las 24 horas al día, toda la semana, no pide salario ni aumento, no se reporta enfermo por las mañanas y gana dinero para ti mientras estas durmiendo.

¿Demasiado bueno para ser verdad? Te aseguro que no. Hay niños de 14 años ganando el triple que sus padres gracias a YouTube. ¿Crees que estos niños se tragaran el cuento de "necesitas ir a la escuela para poder conseguir un empleo bien pagado"? Claro que no.

Recuerda que si tienes una audiencia importante en Instagram, Facebook, Twitter y Snapchat, puedes direccionarla a tu canal de YouTube para que vaya creciendo y tomando impulso.

4. Gana dinero vendiendo fotos: Existen sitios donde puedes subir tus imágenes y ganar dinero cada vez que alguien las descargue. Lo interesante es que una sola foto puede venderse una y otra vez, generando ingresos pasivos.
   Para que esto funcione, debes tener la habilidad de tomar o crear fotos interesantes.

5. Gana dinero en Mercado Libre u OLX: Si tienes productos que vender, puedes publicarlos en Mercado Libre u OLX y redireccionar las personas de tus redes sociales a estos sitios para que los compren.
   Tus cuentas en redes sociales te servirán para pautar estos productos y venderlos. Incluso sin pautarlos estas plataformas tienen un tráfico considerable, por lo que puedes conseguir muchas ventas con poco esfuerzo.

6. Gana dinero vendiendo libros digitales: Esta es una de las formas que utilice y utilizo para ganar dinero.
   Solo sirve si tienes algo valioso que compartir, si tienes un público a quien vendérselo y si tienes la disciplina para escribir.

   Puedes hacerlo de tres formas:
   6.1. Venderlos directamente desde tu sitio web. Esta es la mejor de todas, aunque para eso necesitas crear un sitio web de comercio bien diseñado que se adapte a todos los dispositivos. Existen agencias que te pueden crear un sitio de estas características por menos de $250 dolares. La mayor ventaja de vender tus libros desde tu sitio web es que creas una base de datos de clientes, ya que cada vez que van a realizar una compra te proporcionan sus correos y WhatsApp. Actualmente sigo ganando dinero de esta forma.
   6.2. Venderlos en Amazon: Kindle, la librería digital de Amazon, es una excelente plataforma para vender libros digitales. Todos nuestros libros los vendemos también por Kindle ya que es muy sencillo comprarlos, las personas pueden leer un fragmento gratuito, y es una plataforma segura. La ventaja de vender tus libros por este canal es que Amazon se encarga de todo. No tienes que preocuparte por crear un sitio web ni por hacerle mantenimiento al mismo.

El único inconveniente, y es un inconveniente a considerar, es que las personas que te compren no van a ser clientes tuyos, sino de Amazon. No vas a tener sus datos ni vas a crear una base de datos sobre la cual trabajar en un futuro. A pesar de esto, para maximizar tus ganancias, debes venderlos también por este canal.

6.3. Venderlos en iBooks: Tiene las mismas ventajas y desventajas de Amazon, solo que pertenece a Apple.

Te recomiendo que vendas tus libros de estas tres maneras. Así, le llegaras a más personas y generaras más ingresos pasivos.

Aunque ten cuidado: no es tan fácil como parece. Escribir un libro es una tarea dura. Asegúrate de que tienes clientes y un público interesado en lo que tienes para decir antes de embarcarte en semejante trabajo.

7. <u>Gana dinero con publicidad:</u> Si tienes redes sociales con un alto número de seguidores, puedes comenzar a vender paquetes publicitarios y ganar dinero de esta forma. ¿Existe algo más fácil? Hay cuentas en todas las redes sociales que facturan más de $100,000 al año por concepto de publicidad. Todo lo que tienen que hacer es compartir alrededor de 6 publicaciones al día, y ganan más que la mayoría de las personas.

8. <u>Gana dinero compartiendo archivos:</u> Es muy similar a ganar dinero vendiendo fotos. Existen plataformas en línea donde puedes subir un archivo interesante, y vender sus descargas. Cada que un usuario lo descargue, ganas dinero de forma pasiva. Los archivos se pueden subir casi que en cualquier formato. Es una tendencia a ganar dinero que ha aumentado en el último tiempo.

9. Gana dinero especulando con dominios y páginas en redes sociales: Los dominio y sitios web son los bienes raíces electrónicos de internet, al igual que las cuentas en redes sociales, ya que funcionan de una manera muy similar a cuando se adquiere una propiedad. Si trabajas intensamente en un sitio web o una cuenta en red social, generas un tráfico, consigues una audiencia considerable o ganas muchos seguidores, puedes ponerlo a la venta y comenzar de nuevo el mismo proceso. Personalmente no me gusta ya que si bien puedes ganar dinero, no estas creando verdaderamente fuentes de ingresos pasivos. Es casi lo mismo que trabajar por dinero. La clave es buscar algo que te de un flujo de efectivo constante, trabajes o no. Al operar de esta forma, tendrás que comenzar a trabajar de nuevo siempre que vendas un sitio web o una cuenta en redes sociales.

10. Gana dinero haciendo dropshipping: Esta es una práctica que te permite vender cosas que en realidad no posees. Se da cuando contactas con el mayorista, le compras a un precio muy por debajo del estándar, y luego contactas con el consumidor final y el mayorista se encarga de enviarle el producto. Con este sistema, no necesitas producir nada, ni tener stock, ni hacer envíos. El mayorista se encarga de todo. Tu solo debes conectarte con el comprador final a través de tus redes sociales, llevarlo a un sitio web donde te haga la compra, e ir inmediatamente donde el mayorista con el dinero para que se encargue del resto. Es una forma de ganar dinero sin tener dinero.
Siempre que las personas me dicen que se necesita dinero para crear dinero, yo sé que son personas que jamás han escuchado nada del dropshipping.

11. Gana dinero como asistente virtual: Se ha vuelto muy popular ganar dinero de esta forma a medida que más y más empresas han usado internet y las redes sociales para expandirse. Es una forma de ganar dinero en el corto plazo,

aunque no en el largo plazo. La menciono por si necesitas dinero rápidamente. Pero la meta con las redes sociales e internet es crear fuentes de ingresos pasivos que reemplacen tu cheque de nómina y te liberen de tu empleo. No se trata de conseguir otro empleo en línea.

12. Gana dinero con Amazon: Puedes hacerlo de la misma forma que en Mercado Libre u OLX. Todo el público que tienes en redes sociales lo redirecciones a Amazon para que conozcan tus productos y los adquieran.

13. Gana dinero como freelance: Puedes comenzar a ganar dinero como agente libre vendiendo tus conocimientos a empresas y prestando tus servicios de consultoría. Si eres hábil y creativo, puedes encontrar la forma de hacer estos trabajos de forma sistematizada para que te ahorres tiempo y vendas una solución o conocimiento, no tu tiempo.

14. Gana dinero vendiendo tu producto propio: Es posible ganar mucho dinero siempre y cuando tu producto responda a una necesidad de tu público objetivo. Si identificas que necesita tu audiencia y que problemas tiene, y luego les ofreces un producto pensado para ayudarlos, será muy probable que lo vendas por montones.
Al final se trata de eso: encuentra una necesidad, y satisfácela mejor que nadie.

15. Gana dinero creando un software: Si tienes conocimientos en estos temas, puedes crear un software y venderlo. Una forma de hacerlo es creando plugins de la plataforma mundial WordPress y venderlos.

16. Gana dinero vendiendo cursos digitales: Si tienes conocimientos en algo en lo que tu público se interesa, crea un

curso, empaquétalo y véndelo. Hay miles de plataformas donde puedes crear un curso y venderlo. Las redes sociales te permitirán conectarte con tus clientes y venderles la solución a sus problemas.

Incluso puedes crear cursos por WhatsApp y venderlos. Las posibilidades hoy en día son infinitas.

¡Escapa de ese cubículo y encuentra la forma de ganar ingresos pasivos en automático!

Existen muchas más formas. Puedes incluso idear la manera de ganar dinero que más te guste.

El mundo de hoy premia la creatividad y castiga la experiencia. La experiencia sirve de poco en un mundo que se rehace casi por completo cada 2 años.

Estas ideas solo son millonarias si piensas a lo grande.

Allá afuera existen al menos 10,000 personas que buscan adquirir tus productos. En este mercado global, puedes tener la certeza de eso.

Si logras conectarte con esas 10,000 personas por redes sociales e internet, te ahorraras miles y miles de dolares que antes eran obligatorios para invertir en pautas de medios tradicionales. Hoy eso desapareció. Un contenido único te conectara con esa audiencia.

Si logras que esas 10,000 personas te den $200 dolares cada una, ganaras $2, 000,000.

¿Imposible? Depende de ti. Miles de personas lo hacen todos los días.

Hay cuentas en Instagram que facturan más de $1 millón al año. Es tu decisión sí contarte en esas cuentas o no. Yo te animo a que empieces con la meta de $50,000 USD al año, pero es tu decisión si ese será tu techo o le añadirás mas ceros con el paso del tiempo.

No sé tú, pero yo le añadiré un cero más a esa cifra cada año.

Capítulo 2

Tira la casa por la ventana.

"Dales calidad. Es el mejor tipo de publicidad que existe".

–Milton Hershey

¿Has escuchado el dicho "tira la casa por la ventana"?

Tírala toda.

Cuando se trate de tu negocio, siempre tira la casa por la ventana.

Cuando se trate de marketing y publicidad, siempre tira la casa por la ventana.

Cuando se trata de pensar que tan grande te puedes volver y a cuanta gente le puedes llegar, siempre tira la casa por la ventana.

Es lógico:

Acciones tímidas=Resultados tímidos.

Acciones masivas=Resultados masivos.

¿Qué acciones prefieres? La respuesta es obvia.

En este capítulo te enseñare como lanzar una campaña de marketing exitosa y todo lo que tienes que tener en cuenta. Te daré consejos y tips que podrás utilizar con tu negocio digital.

El marketing es una de las cosas más importantes de un negocio. Sin un buen marketing, no podrás vender.

Debes tener en cuenta que el marketing no es solo una campaña que haces de vez en cuando. ¡Todos los días estás haciendo marketing!

Haces marketing con cada publicación que compartes.

Haces marketing con cada comentario que atiendes.

Haces marketing con cada mensaje que respondes.

Haces marketing con los valores que transmites.

El marketing no es lo que dices. Es lo que tu público dice de ti.

De ahora en adelante, presta atención a todas las acciones de tu marca o negocio. Cada acción que realices será buena o mala para tu marketing.

Existen varias etapas que debes tener en cuenta en el marketing digital. Antes de hablar de la campaña, es importante recordarlas y tenerlas presente. A estas etapas, las llamaremos "embudo de marketing digital" , y están conformadas de la siguiente manera:

1. <u>Atracción:</u> Esta es la primera etapa por la que debes pasar. En este punto, la meta es generar tráfico en tus redes sociales y sitios web. La mejor forma de generar tráfico y de ganar seguidores ya la mencionamos anteriormente y hablamos

mucho de ella, y es a través de contenido de valor, o marketing de contenido.

Este tipo de marketing se basa en compartir contenido valioso para un público específico con el objetivo de impulsarlos a ser futuros clientes.

En esta etapa, todas tus acciones deben estar orientadas en generar tráfico y ganar seguidores. Todo lo que hagas debe tener como fin estos objetivos.

2. Interacción: En esta etapa, ya tienes un público considerable y una cantidad alta de seguidores en tus redes sociales. Lo que sigue a continuación es crear un vínculo emocional con tus seguidores para que se conviertan en clientes y puedas ofrecerles tus productos o servicios.

   No tiene sentido que comiences a promocionar tus productos o servicios desde el primer día si tienes una cantidad minúscula de seguidores. Eso conspiraría en contra de obtener más seguidores. La primera etapa es clave y debes ser fiel al proceso. Necesitas tener paciencia y dejar que tus redes sociales crezcan y tengan un tráfico considerable antes de comenzar a vender productos. No sirve de nada promocionar tus productos a un público diminuto. Esto solo los espantara.

   Necesitas primero asegurarte de que haya una conexión emocional entre tu público y tu marca, para así comenzar a promocionar y vender tus productos.
   Debes estar abierto para recibir el feedback que te presenten tus clientes y seguidores para así mejorar tus productos y servicios.

3. Conversión: Una vez que hayas creado un vínculo emocional con tu prospecto y hayas recibido su feedback, es hora de generar ventas de forma masiva. Más adelante nos enfocaremos en cómo debe ser una campaña enfocada en ventas. Por ahora, debes saber que en esta etapa la misión es vender, vender y vender. Recuerda lo que hablamos en un capitulo anterior: debes darte a conocer de cualquier forma, por todos los medios posibles, la mayor cantidad de veces para que las personas te compren. Si las personas no te conocen, no han escuchado nada de ti y no saben que tienes para ofrecerles, no te compraran nada. Es una regla: las personas solo le compran a los negocios que conocen.

   Yo puedo diseñar una bebida igual a la de Coca Cola, pero como no me llamo Coca Cola, nadie me conoce, y como nadie me conoce, nadie me comprara nada. Incluso aunque sea exactamente el mismo producto, nadie lo comprara porque nadie me conoce.

   Lo mismo sucede con McDonald's. Casi cualquiera puede hacer una hamburguesa mejor que McDonald's, pero nadie vende más que McDonald's. Mc Donalds es reconocido a nivel mundial, y ese nivel de reconocimiento hace que todos compren en sus restaurantes sin pensarlo.

4. Fidelizar: En esta etapa, buscas crear relaciones que duren toda la vida con tus clientes.

   ¿Cómo puedes lograrlo? Buen servicio, atención al cliente, garantías en tus productos y un interés sincero. Ponte 100% a disposición de tu cliente en todo momento, y te aseguro que jamás te abandonara. Más que eso, te recomendara a todos sus amigos y conocidos. Ese es el mejor marketing de todos: el que es desinteresado y solo busca brindar un servicio.

Ahora que ya conoces bien las etapas por las que pasaras, adentrémonos más al tema de la campaña digital que lanzaras para dar a conocer tu marca y tu producto a un número masivo de personas.

Debes considerar la fase previa al lanzamiento de una campaña. Mucho de esto ya lo hemos tratado, pero lo retomaremos para que lo tengas en cuentas antes de implementar tu campaña de marketing digital:

1. Mercado objetivo: Se debe conocer al cliente. Debes conocer sus hábitos, intereses, comportamientos y costumbres. Debes responder las siguientes preguntas de tu cliente objetivo:
   ¿Qué quiere comprar?
   ¿Dónde y cómo quiere comprar?
   ¿Cuánto está dispuesto a pagar y como se sentiría seguro pagando?

2. Competencia: Analiza y estudia detenidamente tu competencia. Investiga sus productos, precios, promociones y canales de distribución.
   Determina cuál es tu posición en el mercado.

3. Acciones: Estas acciones deben considerarse en base a las "7ps":

   3.1. Producto: Debe ser una solución a una necesidad. Debe adaptarse al tiempo y ser valioso para tu segmento.
   3.2. Precio: Debe considerarse si el cliente puede adquirir tu producto. Los clientes perciben un producto de acuerdo a su precio. Si por ejemplo Ferrari sacara al mercado un automóvil de $45,000 dolares el día de mañana, su marca se dañaría seriamente y los clientes habituales jamás volverían a comprar un Ferrari. Recuerda: un precio más barato no garantiza el éxito. Jamás. Competir

rebajando el precio es una técnica estúpida. Compite mejor dando el mejor servicio y la mejor calidad.

3.3. Plaza: Sera el lugar donde ubicaras tu producto para que las personas puedan adquirirlo. Debe ser de fácil acceso y agradable para el público.

3.4. Promoción: Serán todos los medios y canales que se usan para dar a conocer un producto. Varían dependiendo del sector, del presupuesto y del producto.

3.5. Personas: Se debe entender a profundidad al cliente. Recuerda que le estas vendiendo a personas con necesidades, miedos y sueños, no a robots. Conoce sus características y necesidades.

3.6. Presencia: Lugar donde los clientes tienen contacto frecuente con el negocio. En nuestro caso, serán nuestras redes sociales y nuestro sitio web. Se diferencia de la plaza en que en esta tiene contacto el cliente con la experiencia de servicio.

3.7. Procesos: Es el sistema mediante el cual se le hace entrega del producto al cliente satisfactoriamente y se la hace seguimiento para conocer cómo fue su experiencia. La atención al cliente es clave.

Este es el análisis previo que debes hacer antes de lanzar una campaña digital. Estudia cada paso cuidadosamente para sacarle el máximo provecho a la campaña y a tu dinero invertido.

Existen tres tipos de enfoques a la hora de hacer una campaña de marketing digital:

1. Branding: En este tipo de enfoque, lo que se busca es construir una marca. Se busca aumentar considerablemente de seguidores y de audiencia. A través de contenido estratégico, se busca potencializar los valores y las promesas de la marca por medio de

tres acciones: Ser diferente de los demás, posicionar nuestro negocio y generar recordación. Por ejemplo, Coca Cola se enfoca en Branding.

Este enfoque busca crear un vínculo emocional de las personas con la marca. Para conseguirlo, se debe lograr la fidelidad del cliente, darle un valor agregado y perceptible de la marca y hacerlo sentir identificado con los valores que busca transmitir la marca.

2. Performance: En este tipo de enfoque, se busca generar un resultado calculable. Los resultados se traducen en acciones como: registro al sitio web, suscripción, compra, descarga, clics en la página o en el anuncio. Por ejemplo, Amazon se enfoca en Performance.

3. Mixto: En ocasiones un enfoque mixto, entre Branding y Performance, es exitoso. Este fue nuestro caso. Quisimos generar un impacto y que las personas reconocieran nuestra marca, al mismo tiempo que conseguíamos un resultado calculable como ventas de nuestros productos. El resultado final de esta campaña mixta fue de una obtención de más de 50,000 seguidores en menos de un mes y más de $10,000 dolares en ese periodo de tiempo. La inversión total fue alrededor de $300 dolares.

En el momento en que elijas que tipo de enfoque es mejor para tu campaña de marketing digital, el siguiente paso a seguir es crear un concepto creativo.

El concepto creativo es lo que nos diferencia, nuestro valor agregado, la esencia del porqué de la campaña. Debe despertar emociones en el público objetivo.

El contenido del concepto creativo debe obligar a la interacción de las personas con llamados a la acción. “Ingrese aquí”, “haga clic aquí”, “compre aquí”, entre otros.

Más adelante, en una sección de regalo, te daré los pasos que debes seguir para crear un anuncio exitoso.

La campaña publicitaria debe contar con las siguientes características:

1. Debe ser una campaña agresiva. Recuerda el título de este capítulo. Es todo o nada.

2. Deben ser publicaciones diarias durante un periodo mínimo de un mes en una cuenta que sea influencer en tu sector o a través de la forma de pauta paga que dispone cada red social.

3. Si eliges hacer la campaña publicitaria en otra cuenta, asegúrate de negociar y pagar todo por adelantado para obtener un precio especial. Además, si esa cuenta está relacionada con tu tema, tal vez te dé un precio mejor si tu contenido es de su interés. Negocia todos estos detalles.

4. Prepara un portafolio de imágenes y videos que generen curiosidad y causen emociones en las personas. En nuestra campaña, creamos siete imágenes y siete videos. Todos deben ser originales y ser fieles a los valores que intentas transmitir.

5. Una técnica que puedes aplicar es la del modelo freemium.
   Funciona de la siguiente manera: ofreces a las personas interesadas algo de valor totalmente gratuito, con la condición de que te den su correo y WhatsApp.
   Con esto, consigues una base de datos de clientes potenciales a los que en un futuro les podrás vender contenido similar más

elaborado y sofisticado. Si lo que les das gratis es auténticamente valioso, ellos mismos te buscaran y te compraran.
Una vez tengas en tu poder esta base de datos, puedes realizar una campaña de expectativa o de lanzamiento.
Esta campaña busca generar interés y curiosidad en torno a un nuevo producto, a través de mensajes breves y de fácil recordación.

¿Cómo se ejecuta este tipo de campañas? Ten presente lo siguiente:
-Realiza un envío masivo a tu base de datos presentándole brevemente tu producto o servicio, lo que lo hace único y los beneficios que le aportara en su vida si lo adquiere.
-Pautar a través de medios digitales.
-Tener un sitio web donde puedas vender tus productos y puedes redireccionar todo el tráfico que generaras. Sería ideal que este sitio web tuviera más contenido para captar la atención de las personas y engancharlas más.
-Incluir llamados a la acción en todas las comunicaciones que realices.
-Establece un sistema donde atiendas dudas, quejas y sugerencias.
-Por último, establece una campaña de sostenimiento. Esta campaña se enfoca en fortalecer la relación entre el producto y el cliente a través de planes de acción, fidelización, publicidad y marketing de contenidos posteriores al lanzamiento.

Otra herramienta muy poderosa para tu campaña es el email marketing.

Puede servirte para los siguientes objetivos:

1. Branding: Posicionar tu producto, servicio o marca. Para este objetivo tu contenido debe ser atractivo.

2. Fidelización: Son acciones que se desarrollan con clientes actuales. Un agradecimiento, un bono de regalo o una simple atención pueden marcar la diferencia.
3. Captar nuevos clientes: Se identifican las necesidades de estas personas y se comunica el producto de forma tal que las personas sientan que es lo ideal para ellas.
4. Interacción con usuarios: Te ayuda dándote a conocer y permaneciendo siempre fresco en la mente de tu público. Debes compartir contenido que tu publico considere valioso para que no te conviertas en una molestia y no pierdas su atención.
5. Aumento de ventas: Con un mensaje personalizado y corto puedes conseguir mayor número de ventas utilizando el email marketing.

A continuación te mostrare las que en mi opinión son las mejores plataformas que te permiten hacer campañas de email marketing:

1. MailChimp: Te ofrece un plan gratuito de 2,000 suscriptores y 12,000 envíos al mes. Tiene un excelente editor de imágenes. Puedes ver el correo que diseñaste antes de enviarlo para cerciorarte que cumpla tus expectativas.

2. Emblue: Hace un excelente seguimiento de las campañas desarrolladas. Te permite automatizar las campañas a través de la segmentación de la base de datos y se puede integrar con Google Analytics.

3. Mailrelay: Tiene un plan gratuito de 3,000 suscriptores y 15,000 envíos por mes. Te brinda una guía rápida para segmentar campañas de email tan pronto te registras.

Sin importar que plataforma selecciones, asegúrate de siempre comprobar y visualizar el correo antes de enviarlo.

Para que tus correos tengan mayores probabilidades de ser vistos y no sean identificados como spam por Google, debes seguir estas instrucciones:

1. Organiza el encabezado de tal forma que se sepa claramente quien envía el correo.
2. Escribe cual es el asunto y el contenido del mensaje a tratar.
3. Se breve en el mensaje a difundir y claro. Evita usar exceso de mayúsculas.
4. Añade tu ubicación.
5. Bríndale a las personas la opción de salir de esa lista de correos para que no los sigan recibiendo si no lo desean. Explícales cómo pueden optar por no seguir recibiéndolos.
6. Asegúrate de que la persona te dio su consentimiento para recibir ese tipo de correos.

Asegúrate de cumplir esta política anti-spam para que tengas un mayor impacto sobre tu base de datos.

Recuerda que todos tus correos deben tener un llamado a la acción. Ya sea a ingresar al sitio web para ver tus blogs o a comprar tus productos. Siempre añade un llamado a la acción visible y claro.

Quizás la herramienta más efectiva de todas para hacer una campaña de marketing digital es el WhatsApp. Si logras tener una amplia base de datos con el número de posibles clientes y usas WhatsApp de forma efectiva, puedes ver como tus ventas aumentan notablemente.

Recuerda que una forma de conseguir el WhatsApp de las personas y el correo es dándoles algo de valor gratuito a cambio de estos datos de contacto. Se creativo. El marketing premia a las personas creativas.

Sigue los siguientes pasos a la hora de integrar WhatsApp a tu campaña de marketing digital:

1. Asegúrate de que las personas te dieron autorización previa para escribirles y ofrecerles tus productos, servicios o contenido.

2. Prepara una base de datos, ya sea en Excel o en el teléfono de la empresa.
   Esta base de datos debe estar segmentada de la siguiente manera: Clientes actuales, clientes potenciales, interesados pero que no han comprado aun.
   La segmentación es muy importante porque no le puedes decir lo mismo a alguien que ya compro que a alguien que espera que lo convenzas.
   Asegúrate de enviarles mensajes especiales y personalizados a cada categoría.

3. Define el mensaje a comunicar. Debe ser personalizado, que se ajuste a las necesidades del cliente, que genere curiosidad y que tenga un llamado a la acción.

4. Puedes incluir en tus mensajes un audio, video o imagen. La idea es que sea agradable e interesante. Recuerda que necesitas buscar formas de captar la atención de tu público por todos los medios que te comuniques.

5. No solo busques vender, recuerda que la clave es ser valioso. Comparte información relevante. Date a conocer por tu contenido y las personas te prestaran más atención, compartirán tu contenido y tendrás un mayor impacto.

6. Bajo ninguna circunstancia debes crear grupos en WhatsApp donde juntes a todos tus segmentos. Esto terminaría siendo un caos. Más bien, se inteligente y crea varias listas de difusión con base en la segmentación.

7. No envíes los mensajes como si le estuvieras hablando a mucha gente. Escribe como si fuera una conversación tuya con un cliente, no como si le estuvieras hablando a muchos al tiempo.

Las campañas deben ser agresivas. Siempre debes pensar en grande y buscar formas de tener un mayor impacto.

Aquí te mostré como puedes tener un impacto tremendo al usar las redes sociales, tu sitio web, el correo electrónico y el WhatsApp para tener un fuerte impacto y unas ventas sorprendentes. Recuerda que debes hacerle un seguimiento a la campaña teniendo en cuenta los indicadores establecidos, como por ejemplo: cantidad de clientes nuevos, cantidad de correos electrónicos conseguidos, cantidad de WhatsApp conseguidos, cantidad de ventas alcanzadas, cantidad de visitas al sitio web, etc.

Hazle seguimiento durante la campaña y cambia de dirección si es necesario.

Existen muchas más formas y estrategias de hacer marketing digital. Puedes usar también tu imaginación e idear una forma que te beneficie a ti y a tu negocio. Se trata de crear un plan y ejecutarlo. El plan que te mostré en este capítulo es el que utilice con mis dos cuentas y me dio un resultado asombroso teniendo en cuenta el poco tiempo y dinero invertido.

Al final, para que tu marketing sea exitoso debe ayudar, educar, informar, entretener o inspirar.

El mejor marketing no se siente como marketing.

Capítulo 3

El arte de vender.

"Imagina que cada persona que conozcas tiene un letrero colgado que dice: HAZME SENTIR IMPORTANTE. Esto no solo te hará exitoso en las ventas, te hará exitoso en la vida".

–Mary Kay Ash

Cuando uso la palabra "vender", me estoy refiriendo a cualquier cosa que tenga que ver con persuadir, influir, convencer u obtener lo que tú quieras.

Lo anterior incluye cualquier cosa que se te ocurra: saber relacionarte con los demás, intercambiar productos y servicios, convencer a una mujer de que salga contigo, pedir un préstamo al banco, recaudar capital de un inversionista, empezar tu propio negocio o convencer a un cliente de que te compre algo.

Como ves, si no sabes vender, no te ira bien en la vida.

Vender es un prerrequisito fundamental en el mundo real.

Cuando las personas dicen que no les gusta vender, me causa gracia. ¿Acaso prefieren vender su tiempo por 40 años en un empleo que odian?

¿Acaso no quieren casarse con la persona que aman?

¿Acaso no quieren que su negocio tenga éxito y crezca notablemente?

¿Acaso no quieren tener amigos?

¿Acaso no quieren venderles a sus hijos la idea de una vida saludable y feliz?

¿Es un chiste? En este mundo, ¡vendes o te venden!

No me interesa si eres consciente de ello o no, pero a toda hora del día, estas vendiendo algo.

Si estas en un empleo, es porque vendiste tu mano de obra.

Si saliste con tus amigos, se dio debido a que ellos te vendieron la idea de reunirse o tu a ellos.

Si conseguiste un préstamo bancario, fue gracias a que supiste venderle la idea al banco de que era un buen negocio para ellos.

Si emprendes un negocio con un socio, es porque uno de los dos le vendió la oportunidad al otro.

Si perdiste un examen y el profesor decide ayudarte, es porque supiste venderle la idea.

Si una mujer accedió a salir contigo fue porque supiste venderte a ella. Si quieres que se case contigo, necesitas saber venderte a sus amigas, padres y familiares. ¡Más te vale que sepas hacerlo!

No me importa a que creas que te dedicas, ¡eres un vendedor las 24 horas del día, todos los días de tu vida, lo sepas o no!

El simple hecho de que no se enseñe a vender en la escuela, demuestra lo valiosa que es esta habilidad para las personas que aprenden genuinamente a hacerlo.

Quiero aclarar algo: son pocos los que pueden de verdad llamarse vendedores.

Hay tantos “vendedores” que la palabra se ha vuelto vulgar, pero de vulgar no tiene nada. Si sientes nauseas al escuchar esta palabra es por un grupo de fracasados que se hacen llamar a sí mismos vendedores pero no tienen ni idea de lo que hacen. Por este grupo de personas, todo el tema alrededor de las ventas ha tomado una connotación negativa. Pero no debería ser así.

La verdad es que los vendedores manejan la economía de todos los países.

¿Cuáles son las empresas más exitosas del mundo? Las que más venden.

¿Cuáles son las personas más ricas del mundo? Las que más venden.

¿Cuáles son los países más ricos del mundo? Los que más venden.

¿Cuáles son los futbolistas más pagados del mundo? Los que más camisetas, entradas y productos venden.

¿Cuáles son las redes sociales que más dinero ganan? Las que más venden.

Sea cual sea la profesión que hayas estudiado en la escuela, o el negocio al que te dediques, o los productos o servicios que manejes, o el sector donde te especialices, tu verdadero negocio son las ventas. Todas las profesiones, sectores, economías, países y empresas dependen de las ventas.

Los negocios y países no quiebran por “falta de liquidez”. Esos son puras mentiras. La verdad es que la “falta de liquidez” se da principalmente por un factor: ¡Falta de ventas!

¿Emprendiste un negocio y fracasaste? Puedo apostar que fue debido a las ventas. Pudo ser porque no fuiste capaz de vender tus productos, tus ideas, o tu negocio al banco o inversionista para que te prestara dinero. 99% de las veces la causa principal del fracaso empresarial es por la falta de ventas.

¿Quieres volverte rico en tu profesión, cualquiera que sea? Aprende a vender. Punto.

Ningún sueño que tengas, por increíble y maravilloso que sea, se hará realidad a menos que se lo sepas vender a las personas.

¿No me crees? Por años, miles de académicos brillantes habían contemplado la oportunidad de viajar a Marte. Nunca consiguieron nada y nadie los escucho.

Elon Musk, uno de los empresarios más importantes del mundo, fundo su empresa, SpaceX, con un objetivo principal: llegar a Marte. Elon supo venderles a científicos, inversionistas, empleados, socios y al mismo gobierno de Estados Unidos, la idea de colonizar Marte. Lo logro. Vendió su idea. Una idea que era considerada imposible.

Elon no sabía ni un poco de lo que sabían los miles de científicos que ya habían considerado seriamente esta idea, pero Elon sabía algo que ellos no: sabía vender.

Espero haya captado tu atención y ahora reconozcas (si es que no lo hacías) la importancia de las ventas. Este es un libro de ventas, ya que si no sabes vender no ganaras dinero y no serás un influencer.

Te mostrare las siete lecciones básicas que toda persona (no solo emprendedor o inversionista, sino persona) debe conocer sobre el arte de vender.

Lección #1: Eres parte del producto.

Solo podrás vender en la medida en la que te sepas vender.

Si eres vegetariano y te dedicas a un negocio de carnes, fracasaras.

Si eres hincha del Barcelona y estas vendiendo camisetas del Real Madrid, fracasaras.

Si tienes una agencia de viajes pero no te gusta viajar y vacacionar, fracasaras.

Si tu negocio son los gimnasios pero no estás en forma, fracasaras.

Si crees que McDonald's prepara una comida horrible pero compraste una franquicia porque crees que da mucho dinero, fracasaras.

Creo que ya me entendiste lo que quiero decir.

Si no eres el fan número uno de tu marca y de lo que vendes, fracasaras. Tienes que entender que eres parte del producto. También te estas vendiendo a ti con cada contacto que haces con los clientes. Debes estar convencido de que lo que ofreces es infinitamente mejor que lo que ofrece la competencia.

Nunca, y me refiero a nunca, le vendas a alguien más algo que no te hayas vendido a ti mismo. Simplemente no tendrás éxito. Puede que convenzas a algunas personas, pero en el largo plazo fracasaras. Si no eres sincero con respecto de ayudar a los demás vendiéndoles algo que estás convencido que es único, no lo lograras.

¿Por qué alguien debería endeudarse para comprar tu producto o servicio? ¿Por qué elegir el tuyo y no el de la competencia? ¿Por qué comprarlo ahora y no después? ¿Por qué no deben buscar algo más barato? ¿Por qué confiar en ti y entregarte su dinero? ¿Por qué elegir tu negocio?

¡Estas son las verdaderas preguntas que te debes responder!

Lección #2: El mito del precio.

Tal vez no me creas, pero el precio es una de las cosas que menos le importan a tu cliente.

¿Crees que si tu cliente estuviera seguro de que ese es el producto que necesita y que al adquirirlo le solucionara sus problemas, no lo compraría de cualquier forma posible? ¿Crees que si tratas a tus clientes de la mejor forma, los llamas por su nombre, les ofreces un trato VIP, les das garantía y los llamas desinteresadamente para ver como están, no te van a preferir a ti por encima de la competencia todos los días sin importar que tu vendas más caro? ¿Crees que si haces sentir a tus clientes únicos y pertenecientes a un selecto club al elegir tu marca, no te comprarían sin importar el precio que pongas?

Aceptémoslo: 90% de las cosas que compramos, realmente no las necesitamos. Así que si fuera una cuestión de dinero y de necesidades, nadie compraría nada.

Nadie necesita un automóvil costoso de marca alemana o italiana. Si la gente comprara un automóvil pensando únicamente en el precio, se comprarían uno de $5,000 dolares de segunda mano que funcione, y no existirían tantas marcas y agencias de autos.

Nadie necesita vivir en una casa grande, con espacios amplios, jardín y piscina. Si fuera por cuestión de dinero y de necesidades, vivirían en una casa mucho más pequeña sin lujos.

Nadie necesita realmente ropa de marca. ¿Por qué la van a necesitar? Si la ropa de marca tiene el mismo uso que la ropa común y corriente.

Nadie necesita comprarse un reloj marca Rolex o Hublot. ¿Para qué? Si un reloj Casio también te da la hora.

Si fuera una cuestión puramente de dinero y necesidades reales, las grandes marcas no existirían y compraríamos muy poco. Casi nada.

Pero todos sabemos que no es así. Comprar hoy en día es un deporte en todos los países. Las personas compran cosas porque las hacen

sentir bien, las hacen sentir importantes, o les solucionan sus problemas. No es por pura necesidad, es por las razones mencionadas anteriormente. Así que si logras que tus productos y tu empresa satisfagan estas demandas, el precio pasara a segundo plano. El precio solo cobra importancia en la mente de tu cliente cuando tu servicio es malo, no lo hace sentir especial, no está seguro si soluciona por completo sus problemas o no confía por completo en tu marca. Por lo demás, el precio no importa en absoluto. Te lo garantizo.

Cerrar una venta es cuestión de confianza, no de dinero. Dales amor, resuélveles sus problemas y obtendrás su dinero.

A diferencia de lo que creas, tus clientes quieren gastar más, no menos. Solo están a la espera de un negocio que les ofrezca lo que necesitan, solucionen sus problemas y los hagan sentir importantes.

Asegúrate de que ese negocio sea el tuyo.

Lección #3: El único negocio que existe.

No estás en el negocio de los bienes raíces.

No estás en el negocio de los computadores.

No estás en el negocio de los autos.

No estás en el negocio que crees estar.

¡Estás en el negocio de las personas!

Tus clientes, socios, empleados, proveedores, distribuidores, profesionistas externos, familiares, amigos, pareja, hijos… tu vida gira en torno a otras personas.

Un vendedor debe saber más sobre las personas que sobre los productos que vende. Los productos son algo muerto, sin sentimientos, miedos ni emociones. Las personas son diferentes, tienen necesidades, miedos y sueños. Tu trabajo es identificarlos.

¿Qué les importa a tus compradores? ¿Qué necesitan? ¿Cuál es su escenario ideal? ¿Qué es lo que desean realmente al comprar? ¿Cómo sería su producto ideal?

Interésate en ayudarles a las personas, no en venderles algo. Las personas siempre serán más importantes que los productos. Convierte a la persona frente a ti tu prioridad. Mantente interesado antes, durante y después de realizar la venta. Incluso si no llegas a cerrar el trato, nunca dejes que algo sea más importante para ti que la personas que busca tu ayuda.

¿A qué negocio te dedicas? Abandónalo de inmediato y ¡entra al negocio de las personas, el único que existe!

Lección #4: Como manejar clientes.

Siempre ponte de acuerdo con tus clientes. Siempre.

No te estoy diciendo que siempre tengan razón. De hecho, pocas veces la tienen. Aun así, debes llegar a un acuerdo con ellos. No puedes venderle a alguien contradiciéndole y diciéndole que se equivoca.

Las personas tienen una necesidad absoluta de tener la razón. Si pones atención a todas las interacciones de las personas, notaras un deseo profundo de las partes por tener la razón. Se inteligente. Dales la razón a las personas siempre. No discutas.

Solo hay una forma de ganar una discusión: evitándola.

Recuerda que no existe otra forma.

¡Tienes razón! ¡Estoy contigo! ¡Entiendo! ¡Conseguiré lo que necesitas! ¡Perfecto!

De lo que se trata es que puedas ver lo que pasa detrás del telón de la mente de tu comprador. El momento en que un vendedor se decide a llegar ahí, es el momento en que un pintor se convierte en artista.

Lección #5: La esencia de las ventas.

Vender es el acto de dar, no de recibir; es el acto de servir, no de pedir. La esencia de las ventas siempre será ayudar, brindar un servicio, prestar una atención. Nada más. Si tus intenciones son sinceras, serás un gran vendedor.

Entrégate por completo a las necesidades de tus clientes. Bríndales toda tu atención, energía, ideas, conocimientos, y luego encuentra algo más que darles. No tengas reservas.

Recuerda que el gran servicio, la excelente actitud, la facilidad de compra y el trato especial son los únicos caminos que existen para elevar tus precios y deshacerte de la competencia. No compitas. Competir es para aquellos que no tienen nada para dar salvo un producto mediocre a un menor precio. Destaca por el trato VIP que brinda tu negocio.

Dar opciones para elegir, regalar detalles, escribir notas o simplemente saludar es brindar un servicio. Dar una gran sonrisa, poner toda la atención y tener una buena actitud es brindar un servicio.

Siempre recuerda que el servicio es más importante que la venta.

Lección #6: Proceso de ventas.

A continuación te mostrare un proceso breve que puedes tomar como referencia a la hora de vender:

Averigua todo lo que puedas de tu comprador: ¿Quién es? ¿Qué quiere? ¿Por qué lo quiere? ¿Qué debo hacer para ser yo quien

satisfaga sus deseos y necesidades? Libérate de todo lo que puedas en busca de la sencillez y la velocidad. Recuerda que dispones de poco tiempo de atención sincera por parte de la otra persona. Sigue los siguientes pasos:

1. Saluda o date a conocer. Posiciónate como alguien amistoso que está abierto a ayudar y prestar un servicio. Causa una buena impresión.
2. Determina los deseos y las necesidades de la persona. Todas las transacciones se hacen con el fin de resolver un problema.
3. Describe el valor del producto y como ayudara a la persona. Ofrécelo destacando lo que el cliente considera importante.
4. Presenta la oferta sin miedo. Nadie te dará un dólar a menos de que se lo pidas, seas persistente y te mantengas ahí. Debes soportar ese momento en que tanto el cliente como tú se sienten incomodos, sin presionar al cliente. Debes creer de todo corazón que lo que ofreces es lo correcto para tus clientes. Solo háblale a tus clientes de lo que consideran importante.
5. Cierra el trato.

Lección #7: Vendedor consumado.

Un vendedor consumado se comporta bajo estos principios:

1. Considera el éxito como su obligación, no como una opción. Cualquier cosa a la que te aproximes como una opción o con un "quizás" NUNCA será tuya. Si dices: "conservare mi empleo en caso de que esto no funcione", ten por seguro que no funcionara.

2. Entrena a diario. Escucha audios, revisa videos, lee libros, practica y haz siempre más de lo que hace la mayoría.

3. Debes ser conocido, reconocido, considerado y ser la primera opción en la mente de tus clientes.

4. Busca algo que pongas en la mesa que los demás no y resáltalo siempre.

5. Vuélvete un apasionado cuando se trate de tu negocio, tu marca, tus redes sociales y tus productos.

6. Usa el miedo como inspiración. El problema con el miedo es que no es real. El miedo no existe como fenómeno físico en el universo. Admite que está ahí y confróntalo. Comienza cada día preguntándote: “¿a qué le tengo miedo?”, y luego empieza por ahí.

7. No te pongas emocional cuando los demás lo hagan. Mantente sereno y confiado en el resultado final.

8. Siempre insiste en cerrar la venta. Asume la actitud de “firme aquí”.

9. Nunca podrás anotar el gol que no intentas. Nunca te compraran algo si no lo pides.

Comprométete de ahora en adelante con las ventas y entrégate por completo a ellas. Olvida que tienes otras opciones y que ese no es tu verdadero negocio. Aprende todo lo que puedas. Vuélvete un fanático de las ventas. Deja de inventar excusas. Quema las naves y no dejes una ruta de retirada.

Te prometo que serás recompensado con todos los tesoros de la Tierra.

Epilogo

La semilla del árbol de bambú chino pasa cinco años bajo tierra sin crecimiento alguno, pero en el quinto año, crece más de 25 metros.

Todos los “éxitos de la noche a la mañana” en verdad son años y años de esfuerzos sin resultados visibles.

Pronto te tocara a ti.

Fue un privilegio pasar este tiempo contigo. De alguna manera, nos hemos llegado a conocer muy bien. Nos encontraremos pronto. Espero algún día estar sentado escuchando el relato de tu vida. Haz de esta vida una obra maestra y que Dios te bendiga.

Gracias por leer este libro.

Santiago R. T.

SECCIONES DE REGALO

Puede ser muy intimidante y abrumador comenzar en el mundo de las redes sociales.

Lo sé por experiencia.

Pero no dejes que eso te impida divertirte.

Las redes sociales deben ser divertidas. Para eso fueron creadas. En un principio, nadie se imaginó lo poderosas que se volverían para los negocios. Las personas simplemente las utilizaban para expresarse, conectarse con amigos, compartir experiencias y publicar contenido que le resulte valioso a los demás. Debes volver a los orígenes y utilizar las redes sociales como antes. ¡De forma divertida!

No dejes de pertenecer jamás a la vieja escuela y usa las redes sociales para divertirte, comunicarte con las personas, compartir contenido increíble y ayudar a todos los seguidores posibles.

Al final del día, nadie te recordara por tu dinero. Las personas te recordaran por tu legado.

Nadie jamás en su lecho de muerte desearía haber ganado más dinero o haber pasado más tiempo trabajando. Nadie se levantara en tu funeral y dirá: “¡Tenia unos autos increíbles y una casa preciosa!”

Trabaja por construir un legado, no por acumular dinero que tal vez nunca llegues a gastar en su totalidad.

Espero un día sentirme inspirado por tu cuenta y ser parte de tus seguidores. Esa es mi misión con este libro: Que hayan más cuentas buscando como ayudar a los demás que viendo cómo ganar más dinero a costa de sus seguidores.

No se trata de eso. Hacer eso es como correr el sprint. Muchas cuentas se dedican a correr el sprint, en lugar de correr el maratón.

Así que afloja un poco el ritmo. Disfruta el proceso. Aquí compartiré contigo más consejos, tips y experiencias para que puedas comenzar y divertirte a lo grande.

COMO CREAR UNA COMUNIDAD APASIONADA

Regla #1: Establece un solo tipo de persona a quien le quieras escribir. ¿Qué edad tiene? ¿A qué se dedica? ¿Qué problema tiene y cómo puedes solucionárselo?

El objetivo de seguir esta primera regla es evitar a toda costa escribir para todo el mundo. Recuerda: si todos son tus clientes, entonces nadie es tu cliente.

Regla #2: Enfoca tu contenido. Si tratas de abarcar demasiados temas, no podrás llegarle a tu público objetivo. Comparte el contenido que le gusta a tu audiencia y soluciónale sus problemas específicos.

Regla #3: Comunícate. Interactúa. Responde comentarios. Contesta mensajes. No eres un robot. Actualmente, Instagram está castigando a las cuentas que no interactúan dándoles poca visibilidad a sus contenidos. Se comunicativo e Instagram te recompensara con más seguidores.

Regla #4: Haz seguimiento a todo. Repite el contenido que más “Me gustas” y comentarios tuvo. Lleva un registro de las acciones que tuvieron un efecto más positivo y trata de replicarlas en un futuro.

Regla #5: Ten paciencia. Tener una comunidad numerosa y apasionada toma meses, pero vale todo el esfuerzo del mundo ya que estas construyendo una marca que valdrá más que cualquier producto ordinario. Conéctate y conversa con potenciales clientes a diario.

No crees una cuenta en Instagram. Crea una marca en Instagram.

COMO CREAR UN FLYER EXITOSO

Un flyer es una imagen donde buscas vender o promocionar algo.

A continuación, te daré 5 tips que debes implementar para crear un flyer exitoso:

1. Titulo llamativo: Asegúrate que capture a tu audiencia. Te tengo noticias: las personas SI juzgan un libro por su portada. Si bien mis libros tienen un gran contenido valioso y cumplen su propósito, su notable éxito tiene mucho que ver con el título: Como jugar Monopolio en el mundo real y Como ganar $50,000 dolares en redes sociales.

2. Imagen: Asegúrate que las imágenes que compartas sean de calidad y de una buena resolución. Deben tener concordancia con el mensaje que buscas transmitir y con tu marca.

3. Llamado a la acción: “Escríbenos al”, “llama al”, “entra a”, “participa en”, “comenta en”. Sin una llamada a la acción visible y clara, el mensaje se quedara en el aire y no lograras movilizar a las personas hacia tu objetivo.

4. Target: Asegúrate que le llegue a tu público objetivo y que este se sienta identificado de inmediato.

5. Diferénciate: Se diferente. Mira como hacen las cosas la mayoría, y haz justo lo contrario. Destaca a toda costa. Busca resaltar como una marca original que no sigue al status quo.

CALCULA EL ROI

El ROI es el indicador más grande e importante en el marketing digital (en términos de dinero).

En español, el ROI hace mención al rendimiento de la inversión, o Return On Investment, en inglés.

Se calcula de la siguiente manera:

$$ROI = \frac{Ganancia}{Inversion\ total\ realizada} \times 100$$

Pongamos un ejemplo:

Si inviertes $100 dolares, y tu ganancia es de $1,000 dolares, tu ROI seria de la siguiente manera:

$$ROI = \frac{\$1{,}000}{\$100} \times 100$$

$$ROI = 1{,}000\%$$

Esto quiere decir que por cada dólar que invertiste, ganaste $10.

Para que te hagas a la idea de si esto es un rendimiento alto o bajo, en la actualidad, los bancos te pagan entre 2% y 4% por tu dinero, antes de impuestos.

Con una pequeña pero inteligente inversión en marketing digital, puedes obtener rendimientos altísimos, incluso infinitos.

Por ejemplo, yo invertí alrededor de $300 dolares en la campaña de marketing digital. El primer día, recupere casi todo mi dinero con las ventas obtenidas. Para el segundo día, ya lo había recuperado en su totalidad y seguía recibiendo dinero. A día de hoy sigo y seguiré recibiendo dinero a futuro por las ventas de mis libros o cursos, por lo que mi ROI, por definición, será infinito.

Un ROI infinito es lo mismo a decir que estoy ganando dinero a cambio de nada.

El objetivo con cada inversión es que encuentres la forma de obtener un ROI infinito lo más pronto posible, es decir, que recuperes tu inversión y el activo te siga generando dinero.

MODELOS DE NEGOCIOS DE VENTA ONLINE

Freemium: Ofrecer un producto, servicio o acceso a un sitio de manera gratuita por un tiempo estipulado. Para que el usuario pueda disponer del contenido completo, debe pagar. Muchas apps funcionan con este modelo y programas de estadísticas.

Suscripción: Pago que realiza un usuario para acceder a un contenido o sitio por un tiempo estipulado. Muchas revistas y periódicos funcionan con este modelo.

Micropagos: Se implementa cuando se paga por acceder a contenido específico. Este contenido puede ser artículos, archivos PDF de interés, videojuegos, etc.

Venta online de cursos: Uno de los modelos más rentables. Puede darse a modo de afiliación. Es muy rentable ya que no tiene prácticamente ningún gasto.

Dropshipping: Venta online donde la página que vende no produce ni almacena los productos. No tiene costos de producción ni de almacenamiento.

VENTAJAS DE WORDPRESS

1. Es un software de código abierto. Tienes la libertad de hacer con él lo que quieras de forma totalmente gratuita.

2. Está en constante actualización y crecimiento. Como es el gestor de contenidos más usado del mundo, se actualiza constantemente para introducir mejoras, corregir vulnerabilidades y añadir prestaciones. Prácticamente todos los meses hay actualizaciones que aumentan las funcionalidades que puedes incluir dentro de tu sitio web.

3. Permite personalizarlo y hacer diseños atractivos y diferentes.

4. No es necesario saber programación. Puedes construir tu página web de principio a fin sin tener la mejor idea de programación ni nada por el estilo.

5. El sitio web te pertenece. Puedes venderlo, editarlo, cambiar de servidor o hacer cualquier cosa que quieras.

6. Google ama WordPress. Esto beneficiara tu posicionamiento para que tu sitio se encuentre en los primeros lugares de búsqueda.

7. Permite un diseño responsive, es decir, tu sitio se adaptara a cualquier tipo de dispositivo.

ELEMENTOS DE UNA TIENDA VIRTUAL

1. Catálogo de productos: El diseño y las fotografías deben transmitir confianza.

2. Promoción y gestión de ofertas: Se debe resaltar el precio de promoción junto al original.

3. Carrito de compras: Debe mostrar el valor total de la compra.

4. Motor de búsqueda: Debe hacerles fácil la navegación a los clientes. Incluye palabras clase, precio, marca, categoría, etc.

5. Proceso de compra: Deben ser cortos y rápidos. Menos es más.

6. Métodos de pago: Este es un momento crucial de la compra. Brinda varias opciones de pago y se transparente para no ahuyentar a las personas.

7. Impuestos: Muestra el valor total con los impuestos desde un principio para que las personas no se lleven una sorpresa.

8. Logística: Muestra el costo del envió y como es cobrado.

9. Información de la empresa: Es clave para que confíen en la marca.

10. Registro de usuarios: Crea la base de datos de clientes para atraer, convertir y fidelizar.

4 TRUCOS PSICOLOGICOS PARA VENDER MÁS.

1. Aprovecha el parecido: Cuando vamos a comprar algo, no solo queremos un producto, sino congeniar con aquel que nos lo ofrece y sentirnos bien tratados por su parte. Un vendedor tiene muy presente esta realidad.

2. Comunicar grandeza: Saber comunicar que los productos de una tienda están arrasando en el mercado genera seguridad y curiosidad, y por ende, ilusión de compra en nuevos clientes.

3. Vende algo adicional: Cuando el comprador sabe que tienes la mano en la cartera y que vas a pagar por algo, intenta venderle una cosa adicional en el último momento, ya que es consciente de que su impulso de compra está activado.

4. Hacer un favor: Hay una regla a la que los científicos llaman “norma de reciprocidad”, que consiste en prestar un favor para que el otro se sienta en deuda contigo. Por tanto, los vendedores profesionales aprovechan para ofrecerte un producto gratis o para practicarte una rebaja con ánimo de que te sientas obligado a repetir.

5 LECCIONES PARA RETIRARSE JOVEN & RICO

1. Empieza ya: Si no es ahora, ¿entonces cuando? Si buscas retirarte joven y rico, necesitas empezar en este preciso momento. No cuando estés listo, ni cuando conozcas todas las respuestas, ni cuando tengas ánimo. ¡YA!
   Encuentra algo que te apasione ya mismo, enfócate en ese proyecto y conviértelo en una obsesión.

2. Enfócate en los ingresos pasivos: Los ingresos pasivos son los únicos que te darán la libertad financiera. Se llaman de esta manera porque se ganan de forma “pasiva”, es decir, sin trabajar físicamente.
   Si no encuentras una forma de ganar dinero mientras duermes, trabajaras muy duro toda tu vida.
   Esta es la fórmula que debes entender para alcanzar la libertad financiera:

$$LIBERTAD\ FINANCIERA = \frac{Ingresos\ Pasivos}{Gastos\ totales}$$

   Cuando tus ingresos pasivos superen o igualen a tus gastos, el resultado será igual o mayor a uno. Habrás ganado el juego del dinero.

3. Lee todos los días: Warren Buffett lee alrededor de 500 páginas al día y gana más de $500 por minuto. ¿Ves la relación?

Los millonarios promedio leen más de 50 libros al año. ¿Cuántos lees tú? ¿Sabes cuál es la diferencia entre los millonarios y los billonarios? Los segundos leen el doble que los primeros.

4. Busca a un mentor millonario: La mayoría de nosotros crecimos en un entorno de clase media o pobre y nos limitamos a las ideas de un grupo de personas con ciertos patrones mentales acerca del dinero que no eran verdaderos. Aprendemos de personas pobres y de clase media, por eso la mayoría nos convertimos en personas pobres o de clase media. Tiene sentido.
   Si quieres ser rico, encuentra a un mentor que admires y que este en el lugar donde a ti te gustaría estar, y aprende de él. Trabaja gratis a cambio de aprender lo que hace.
   No aprendemos leyendo ni memorizando respuestas, como cree el obsoleto sistema educativo. Los seres humanos aprenden por OSMOSIS: Júntate con 5 personas que beben, y tú comenzaras a beber. Júntate con 5 personas que estén en muy buena forma física, y tu serás la sexta. Júntate con 5 millonarios, y cuando menos pienses comenzaras a ganar dinero y a encaminarte hacia la riqueza.

5. Apunta a los $10 millones, no a $1 millón: No hay escasez de dinero en el mundo, solo escasez de personas que piensan a lo grande. Todos los días los bancos centrales inundan la economía con dinero impreso. Técnicamente todos podemos ser millonarios. ¿Por qué solo un 1% lo es? Porque solo ellos piensan a lo grande. El mayor error financiero es no pensar en grande. Si de todas maneras vas a pensar, hazlo a lo grande.

CONSEJOS DE GARY VAYNERCHUK

1. Con respecto a emprender negocios y a oportunidades de inversión, esta es la mejor época para estar con vida.

2. Disfruta lo que amas o renunciaras tan pronto las cosas se pongan difíciles.

3. Siempre reinvierte tu dinero en el negocio. Si de entrada compras un Porsche, es muy difícil que algún día seas dueño de Porsche.

4. Un gran contenido depende de lo bien que sepas contar historias.

5. Una marca personal fuerte es el tiquete hacia la libertad.

6. Nunca es una pérdida de tiempo perseguir la felicidad.

7. Las cosas cambian y mejoran. Solo sigue adelante.

8. Interesarse en las personas: el mejor marketing que existe.

9. No tengas miedo de cometer errores.

10. No permitas que la perfección sea tu enemiga.

CONSEJOS PARA VENDER CUALQUIER COSA

1. Lo primero que tienes que entender es que te estas vendiendo a ti mismo.

2. Escucha al menos diez veces más de lo que hablas.

3. Conoce íntimamente a la persona a quien le tratas de vender.

4. Averigua que es lo que motiva a la otra parte. Siempre hay una motivación oculta detrás de toda compra.

5. Mantén las cosas simples.

CONVIERTE TU HOBBY EN UN ACTIVO

Es más fácil de lo que parece. Simplemente cambia tu mentalidad: hobby = activo.

Un ejemplo perfecto de alguien que hizo esto fue “Piotr Foot”.

Es simplemente un joven estudiante de Francia que tiene una mentalidad diferente al resto de sus compañeros.

Su hobby era hacer “análisis de partidos de futbol”, y un día decidió que podía ganar dinero haciendo algo que le gustaba y que no le demandaba mucho tiempo.

Creo un canal de YouTube y comenzó a hacer sus análisis de los partidos y a compartirlos con su audiencia.

Hoy en día, cuenta con más de 70,000 suscriptores en su canal de YouTube.

Nada mal, ¿verdad?

"COMO VOLVERSE MILLONARIO", POR GRANT CARDONE

"El error financiero más grande que he cometido en mi vida es no pensar a lo grande.

Cualquiera que sea tu meta financiera, agrega un cero. Si tu meta es ganar $60,000 en ingresos pasivos, añade un cero. Si quieres que tu patrimonio neto sea de un millón, añade un cero y conviértelo en diez millones.

No hay escasez de dinero en este planeta, solo hay escasez de personas que piensan a lo grande. Y la mejor forma de añadir un cero y pensar a lo grande en el mundo real es aprender a vender. Aprende a vender, negociar y cerrar tus propios tratos y cuando menos pienses estarás añadiéndole ceros a esas cifras que te habías propuesto".

EL DESAFIO DE LA JUBILACION

Expertos han dicho recientemente que nuestra generación necesitara al menos $2, 000,000 para poder costearse una jubilación cómoda.

Pongamos esto en perspectiva:

Si yo tengo solo una fuente de ingresos que me paga $50,000 al año y mi meta es ahorrar el 20% de ese dinero, al final del año ahorrare $10,000.

Si pongo ese dinero en una cuenta de ahorros en un banco, donde las tasas de interés están cercanas a cero, me tomara más de 200 años conseguir lo suficiente de “interés compuesto” para poder retirarme.

Tienes dos opciones: buscar la forma de vivir más de 200 años o conseguir un mejor plan.

¡Necesitas múltiples fuentes de ingresos pasivos que trabajen duro por ti!

¿POR QUÉ TE TIENES QUE LEVANTAR A LAS 5AM?

Digamos que la persona promedio se levanta a las 7 am todos los días.

Levantándote a las 5 am todos los días, consigues ganar 2 horas extra al día, 14 horas extra a la semana y 728 horas extra al año, lo que significa 30 días completos.

Eso te da una ventaja enorme de todo un mes sobre tu competencia.

En los negocios, tienes que trabajar como si alguien estuviera ahí afuera tratando de tomar cada dólar que tiene tu negocio… ¡porque es verdad!

LA TRAMPA DEL EMPLEO

Déjame decirte un pequeño secreto que ellos jamás compartirán contigo.

Te están pagando por 40 horas a la semana de trabajo, pero realmente son más horas las que les estas dando.

6am – 7am: Alistarse para ir al trabajo.

7am – 8am: Transportarte hacia el trabajo.

8am – 5pm: Trabajar.

5pm – 6pm: Transportarse a casa del trabajo.

6pm – 10pm: Libertad.

10pm – 6am: 8 horas de sueño para funcionar bien en el trabajo.

Ahora divide tu pago por este número de horas y eso es lo que realmente te pagan cada viernes por tu tiempo.

¿Cuánto te están pagando para que te olvides de tus sueños?

Una ultima reflexión

Mientras realizaba mis compras en una tienda local, entable una conversación con el gerente, que siempre había sido muy amistoso conmigo.

"¿Cómo te está yendo? ¿Qué hay de nuevo?", le pregunte.

"Mañana cumplo 14 años trabajando aquí".

"¿Felicitaciones?", le respondí.

"Si…un año más", me dijo el gerente, con voz sombría.

¡NO PERMITAS QUE TU VIDA TERMINE DE ESTA MANERA!

No te conformes. Miguel, si alguna vez lees esto, ¡Renuncia hoy y ve a perseguir tus sueños!

La vida es muy corta.

ACERCA DE NOSOTROS

Nuestra misión es brindarles a las personas el conocimiento que las escuelas y universidades no consideraron importante, pero que es la base de todo empresario e inversionista exitoso.

En estos tiempos de incertidumbre financiera, de colapsos en los mercados, de economías deprimidas, de empleos inestables, de devaluación constante del poder adquisitivo del dinero y de gobiernos en bancarrota, la educación financiera es la única arma con la que cuenta el ciudadano promedio.

Nuestras redes sociales, blogs, libros y cursos pretenden preparar y educar a la mayor cantidad de personas posibles que quieran convertirse en empresarias e inversionistas, con conocimientos que pueden aplicarse en el mundo real.

Algunos de nuestros próximos cursos serán los siguientes:

-Como invertir como un profesional en Bienes raíces sin pagar impuestos.

-Como emprender cualquier negocio.

-Como comprar en China y vender en Amazon.

-Como comprar en China y vender en Facebook.

… y muchos más.

Si quieres conocer más de nuestros cursos y material educativo que tenemos para ti, ingresa a nuestras redes sociales o nuestra página web y pregúntanos.

Los cursos que tendremos y todo nuestro material educativo está pensado para que esté al alcance de todos, por lo que será siempre de forma digital, y los conocimientos los podrán aprender y aplicar todas las personas, independientemente de su nivel académico o económico.

Nuestro material educativo está pensado y diseñado para que sea el mejor aprendizaje de tu vida. En los cursos de Bienes Raíces nos adentraremos más en cómo invertir pagando 0% en impuestos y usando tanto el dinero del banco como del gobierno, usando ejemplos de la vida real como guía de aprendizaje.

¿Muy bueno para ser verdad?

Te aseguro que no.

Personalmente diseñare los cursos y hare que cuando acabes tengas todo el conocimiento y las herramientas para tener éxito como inversionista.

Espero conocerte algún día y que me cuentes tu historia de éxito. Espero nos encontremos en un curso y pueda enseñarte personalmente como puedes alcanzar la tan ansiada libertad financiera que siempre has soñado.

No descansaremos hasta que más de 7 mil millones de personas sepan de nosotros y aprendan como pueden conseguir independencia financiera gracias a nuestra ayuda.

Ha sido un verdadero privilegio pasar este tiempo contigo. ¡Nos encontraremos muy pronto!

Un abrazo y que Dios te bendiga.

Santiago R. T.

Contáctanos



EN INSTAGRAM:

@Sociedadecaballeros

@ComoJugarMonopolio

@HowToPlayMonopoly



CORREO ELECTRONICO:

sociedadecaballeros@gmail.com

comojugarmonopolio@gmail.com